


**Estudo de Perfil
de Turistas**

**Pessoas com
Deficiência**



turismo acessível

Empresa contratada: 

2013



Secretaria de
Direitos Humanos

Ministério do
Turismo

GOVERNO FEDERAL
BRASIL
PAÍS RICO É PAÍS SEM POBREZA

1. ESCOPO TÉCNICO DO PROJETO

→ 1.1 – Método de estudo.

→ 1.2 – Objetivos.

→ 1.3 – Amostra.

1.1 Método do Estudo

- ▶ Pesquisa de caráter **EXPLORATÓRIO**.
- ▶ Método **QUALITATIVO**.
- ▶ Coleta de dados primários através das técnicas: **GRUPO FOCAL E ENTREVISTA INDIVIDUAL EM PROFUNDIDADE**.

GRUPO FOCAL

Entrevista realizada, de maneira não estruturada e natural, por um moderador treinado orientado por um roteiro, junto a um pequeno grupo de respondentes.

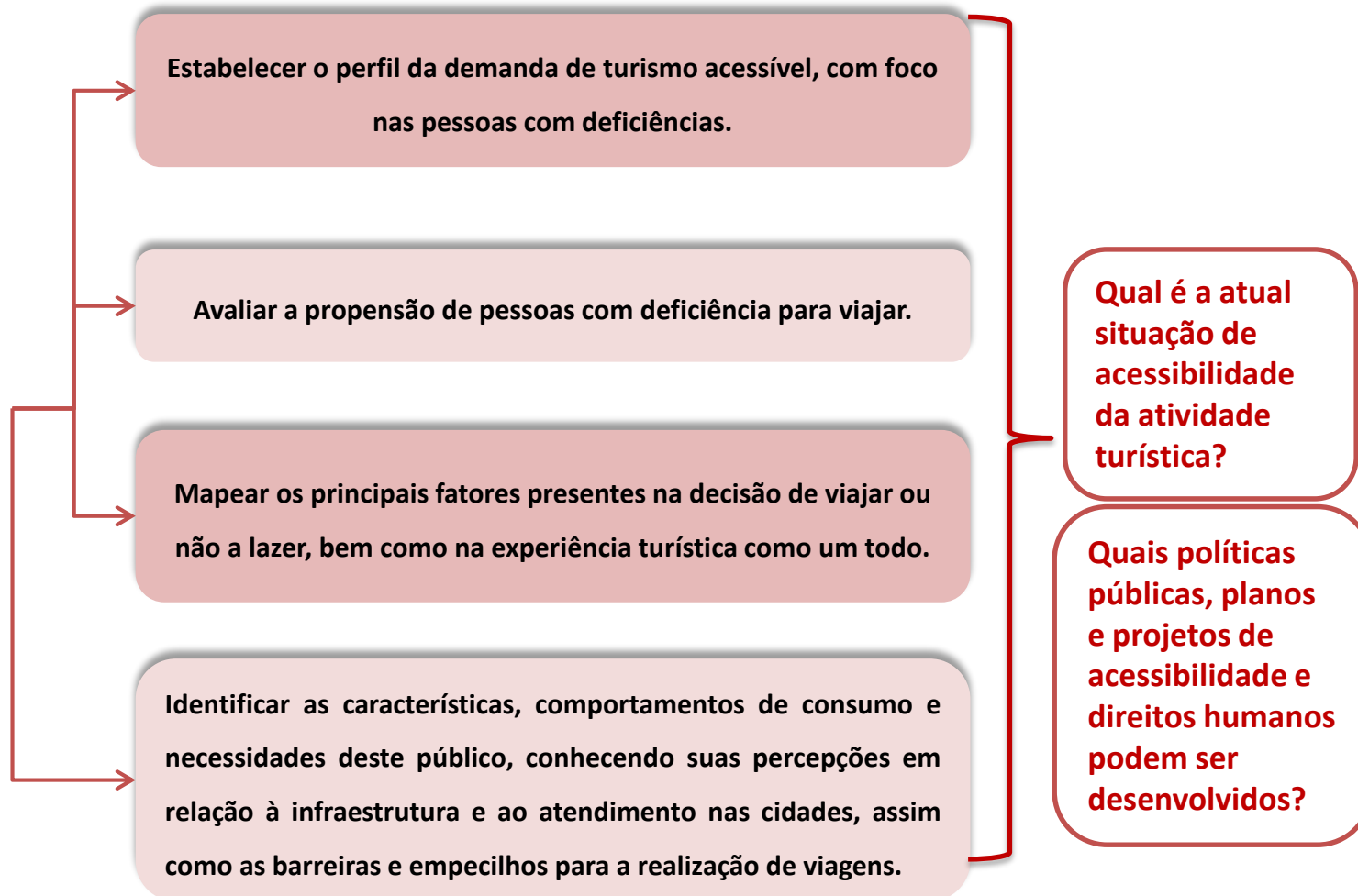
ENTREVISTA INDIVIDUAL DE PROFUNDIDADE

Entrevista não estruturada, direta, pessoal, orientada por um roteiro, em que um único respondente é testado por um entrevistador altamente treinado, para descobrir motivações, crenças, atitudes e sensações subjacentes ao tema em estudo.



- ▶ A abrangência geográfica da pesquisa contemplou os **5 MAIORES DESTINOS EMISSORES DE TURISMO DOMÉSTICO DO BRASIL: SÃO PAULO, RIO DE JANEIRO, BELO HORIZONTE, CURITIBA E PORTO ALEGRE**.
- ▶ Os dados foram coletados entre os dias **13 A 20 DE MAIO DE 2013**.

1.2 Objetivos



1.2 Objetivos

QUESTÕES DE PESQUISA...

- *Como é feito o planejamento da viagem?*
- *Fontes de informações utilizadas*
- *Frequência e regularidade com que as viagens de lazer são realizadas?*
- *Duração das viagens?*
- *Viajam acompanhados? Por quem?*
- *Encontram desafios nas viagens turísticas? Se sim, quais são esses desafios?*
- *Quais são as dificuldades e barreiras encontradas?*
- *Contratam serviços de agentes de viagens?*
- *Hospedagem, entretenimento e transporte que são usados?*
- *Quais são os níveis de satisfação com a experiência turística?*
- *Tipo de férias/viagens, propensão, frequência e destino deste tipo viagem realizadas e desejadas pelos grupos-alvo?*

1.3 Amostra

► Realização **DE 5 (CINCO) GRUPOS FOCAIS**, assim distribuídos:

Turistas REAIS:
viajaram a lazer para
algum destino turístico
brasileiro nos últimos
12 meses

ORDEM	CIDADE	PERFIL DO GRUPO
Grupo 1	Belo Horizonte	PESSOAS COM DEFICIÊNCIA (MOTORA, AUDITIVA, VISUAL E INTELLECTUAL)
Grupo 2	São Paulo	
Grupo 3	Porto Alegre	
Grupo 4	Rio de Janeiro	
Grupo 5	Curitiba	

► Realização **DE 20 (VINTE) ENTREVISTAS INDIVIDUAIS DE PROFUNDIDADE, SENDO 4 (QUATRO)** em cada uma das praças contempladas pelo estudo, com o seguinte perfil de entrevistado:

Turistas POTENCIAIS:
não viajaram, mas
pretendem viajar a
lazer para algum
destino turístico
brasileiro nos
próximos 12 meses

- 1 deficiência **MOTORA** – potencial turista
- 1 deficiência **VISUAL** – potencial turista
- 1 deficiência **AUDITIVO** – potencial turista
- 1 deficiência **INTELLECTUAL** – potencial turista

2. RESULTADOS DETALHADOS

- 2.1 – Comportamento de consumo e lazer.
- 2.2 – Planejamento e realização de viagens turísticas.
- 2.3 – Experiências no turismo brasileiro.
- 2.4 – Projeções de viagens, quando e onde?
- 2.5 – Copa do mundo – FIFA 2014.

2.1 Comportamento de consumo e lazer.

- 2.1.1 – Atividades profissionais.
- 2.1.2 – Hábitos de lazer cotidianos.
- 2.1.3 – Hábitos de mídia.
- 2.1.4 – Motivações para viagens.

2.1.1 – ATIVIDADES PROFISSIONAIS

DO PONTO DE VISTA DAS ATIVIDADES PROFISSIONAIS, A PESQUISA MOSTRA QUE A GRANDE MAIORIA DAS PESSOAS COM DEFICIÊNCIA FÍSICA TÊM UMA VIDA BASTANTE ATIVA.

A análise deste grupo mais ativo mostra que:

- ▶ Muitos estão realizando **CURSOS DE NÍVEL SUPERIOR**. Entre estes, os cursos são os mais variados: **CIÊNCIAS CONTÁBEIS, CIÊNCIAS DA COMPUTAÇÃO, HISTÓRIA, MARKETING, CIÊNCIAS SOCIAIS, JORNALISMO, TURISMO E DIREITO**. Existem também alguns casos (mais eventuais) em que eles já estão no **PROCESSO DE PÓS-GRADUAÇÃO**.
- ▶ Uma boa parcela está realizando **CURSOS DE NÍVEIS TÉCNICOS DE CAPACITAÇÃO E QUALIFICAÇÃO PROFISSIONAL: ARTESANATO, MÚSICA, MASSOTERAPIA E INFORMÁTICA**.
- ▶ **CURSOS DE IDIOMAS (INGLÊS E ESPANHOL)** também fazem parte da agenda destas pessoas mais ativas.

2.1.2 – HÁBITOS DE LAZER COTIDIANOS.

Os pesquisados mostram-se muito ativos e envolvidos com um grande número de atividades...

- Visitar a família
- Ir ao cinema
- Navegar na internet
- Estar com os amigos
- Viajar

Além destas, existe ainda um conjunto de outras atividades praticadas:

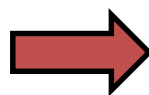
- Participação em eventos promovidos pelas entidades que os representam;
- Leitura, estudos e pesquisas (pela internet);
- Ouvir músicas;
- Passear com os filhos (teatro, cinema, shopping)
- Esportes (natação, futebol, basquete, capoeira)
- Ir ao shopping nos sábados e domingos
- Teatro;
- Vídeo game.

2.1.3 – HÁBITOS MÍDIA.

- ▶▶ Mídias como **JORNAIS IMPRESSOS, REVISTAS E RÁDIOS NÃO ESTÃO**, de modo significativo, **PRESENTES NA VIDA DE TODOS** as pessoas com deficiência ouvidas.
- ▶▶ A **TELEVISÃO** conta com **GRANDE NÚMERO DE ADEPTOS**. O **TEMPO** dedicado a mesma é bastante **VARIADO**: entre **2 HORAS A 3 HORAS** por dia.
- ▶▶ **CABE À INTERNET O PAPEL PRINCIPAL**: ela é utilizada por todos: o tempo dedicado varia entre 1 a 16 horas por dia e é acessada também pelo celular.
- Finalidades: **ESTUDAR E PESQUISAR**; conversar com **AMIGOS E PARENTES** e redes sociais, principalmente de relacionamento (facebook, salas de bate-papo).

2.1.4 – MOTIVAÇÕES PARA VIAGENS

▶ **AS VIAGENS** também têm uma grande importância na vida das pessoas com deficiência ouvidas. **OS MOTIVOS** que os levam a viajar, **COMPÕEM UMA LISTA SUBSTANCIAL:**



- VISITAR PARENTES E FAMILIARES.
- PARA ESTAR COM AMIGOS QUE MORAM EM OUTRAS CIDADES.
- CONHECER NOVOS LUGARES, NOVAS CULTURAS, VER NOVAS PAISAGENS.
- SER SURPREENDIDO POR ALGO NOVO, ESTAR EM BUSCA DE “NOVIDADES”.
- CONHECER UM LUGAR “FAMOSO” OU INUSITADO.
- PARA DESCANSAR E SE DIVERTIR
- IR A EVENTOS PROMOVIDOS POR ENTIDADES QUE OS REPRESENTAM.
- VIAGENS A TRABALHO.
- FAZER PROVAS DE UM DETERMINADO CONCURSO.

A importância que é dada às viagens, indica que, além de todos os fatores motivacionais já citados, existe também **UM SENTIMENTO DE SUPERAÇÃO, LIBERDADE E AUTONOMIA QUE O ATO DE VIAJAR SUSCITA** nas pessoas com deficiência ouvidas.

2.2 Planejamento e realização de viagens turísticas



- **COMO?** Realização do planejamento e fontes de informações sobre a viagem.
- **ONDE?** Escolha do destino, fatores de decisão.
- **QUANDO?** Frequência de realização de viagens.
- **O QUÊ?** Atividades praticadas.



COMO? REALIZAÇÃO DO PLANEJAMENTO

A PESQUISA MOSTRA QUE O PLANEJAMENTO É DESEJADO E CONSIDERADO MUITO IMPORTANTE, POIS...

- ▶▶ “evita dissabores”;
- ▶▶ confere mais segurança e tranquilidade
- ▶▶ permite a criação de contingências: para evitar perda de tempo, gastos extras e constrangimentos.

ALÉM DE PREVENIR A OCORRÊNCIA DE PROBLEMAS E DAR MAIOR SEGURANÇA AO VIAJANTE COM DEFICIÊNCIA, O PLANEJAMENTO, FEITO COM UMA CERTA ANTECEDÊNCIA, PODE GERAR TAMBÉM ECONOMIA FINANCEIRA (PREÇOS MAIS VANTAJOSOS, “PROMOÇÕES”)

COMO? REALIZAÇÃO DO PLANEJAMENTO



- Destino e tempo de permanência.
- Meios de transporte para se chegar ao destino (e dele retornar) e custos dos mesmos.
- Condições do transporte público da cidade a ser visitada.
- Hotéis (disponibilidade de quartos adaptados, acessibilidade, valores das diárias).
- Atrativos turísticos (o que existe na cidade, como se chega a esses pontos, existe acessibilidade, intérpretes, braile, etc).
- Comércio local, nível de acessibilidade e preços praticados.
- Segurança do local (nível de violência e riscos para a segurança física).
- Trajetos turísticos a serem realizados.

COMO? FONTES DE INFORMAÇÃO

AS INFORMAÇÕES CHEGAM ATÉ AS PESSOAS COM DEFICIÊNCIA, PRINCIPALMENTE, ATRAVÉS DA **INTERNET**, QUE POSSUI UM PAPEL PRIMORDIAL NO PLANEJAMENTO DAS VIAGENS, E TAMBÉM ATRAVÉS DOS **AMIGOS E FAMILIARES QUE JÁ CONHECEM O LOCAL**, JÁ ESTIVERAM LÁ E CONSEGUEM INFORMAR SOBRE AS INFORMAÇÕES NECESSÁRIAS.

- » A **LIGAÇÃO TELEFÔNICA** também é utilizada para estabelecer **CONTATO COM HOTÉIS**, empresas rodoviárias e **AÉREAS**, estabelecimentos comerciais e **PONTOS TURÍSTICOS**.
- » Existem também **OUTROS CANAIS**, menos **CITADOS**, são eles:

REVISTAS DE TURISMO, LIVROS DE VIAGENS, ANÚNCIOS NA TV E NO RÁDIO, MATÉRIAS DIVULGADAS NOS JORNAIS IMPRESSOS, PANFLETOS RECOLHIDOS NAS AGÊNCIAS DE VIAGENS.

Apesar da importância dada ao Planejamento, os turistas com deficiência **apontam que não existe um canal de informações turísticas eficiente e que atenda a suas especificidades.**

- ▶▶ As informações precisam ser “garimpadas”...
- ▶▶ Não existe um canal que as organize e as centralize...
- ▶▶ Nem sempre as informações buscadas são encontradas....
- ▶▶ Quando se encontra alguma coisa, nem sempre a informação apresenta o grau de especificidade e detalhamento necessários.

PORTANTO, A PESQUISA APONTA A CARÊNCIA DE UM CANAL DE COMUNICAÇÃO DIRETO PARA OS TURISTAS COM DEFICIÊNCIA.

COMO? QUALIDADE DA INFORMAÇÃO



- ▶ Além da escassez e da superficialidade das informações, a pesquisa identifica um outro problema: **NEM SEMPRE AS INFORMAÇÕES ESTÃO DE ACORDO COM A REALIDADE ENCONTRADA PELA PESSOA COM DEFICIÊNCIA.**

“Suficientes as informações não são. Quando você chega lá, você pensa que é uma coisa, mas não é. O transporte não é aquilo. Falaram que o local é adaptado, mas é só uma pequena área. Não é totalmente adaptado como previsto, como eu precisaria que fosse.”

(Belo Horizonte – EP Motora)



Secretaria de
Direitos Humanos

Ministério do
Turismo



ONDE? ESCOLHA DO DESTINO, FATORES DE DECISÃO.



- Hotéis com acessibilidade e quartos e banheiros adaptados;
- Eventos culturais e artísticos;
- Comércio local próximo ao hotel e também com acessibilidade e adaptações;
- Transporte público acessível
- Existência opções para a diversão dos filhos;
- Presença de intérpretes de libras nos locais mais necessários;
- Preços competitivos,
- Existência de locais com aspectos históricos e culturais interessantes e singulares;
- Gastronomia típica;
- Paisagens naturais.

QUANDO? Frequência de realização de viagens.

VIAGENS RÁPIDAS: 2 A 4 DIAS

[HÁ QUEM AS FAÇA COM REGULARIDADE, ASSIM COMO HÁ QUEM NÃO TENHA O HÁBITO DE AS REALIZAR]

- » Finais de semana, feriados, viagens a trabalho.
- » Viagens a congressos, campeonatos esportivos.
- » Tratamento médico.

VIAGENS MÉDIAS: 1 SEMANA

[A MAIORIA REALIZA ESSE TIPO DE VIAGEM – A FREQUÊNCIA GIRA EM TORNO DE 2 A 6 VEZES / ANO]

- » Visitar amigos e familiares.
- » Feriados prolongados como Carnaval, Semana Santa, Natal e réveillon.
- » Pacotes ofertados pelas agências de viagens.

VIAGENS LONGAS: 15 A 21 DIAS

[FREQUÊNCIA DE 1 A 2 VEZES / ANO]

- » Viagens de final de ano para a praia (férias com a família ou sozinho).
- » Viagens para o exterior.
- » Viagens para a realização de um sonho (lua de mel, ver a neve, conhecer algum lugar inusitado).

Isso tudo mostra que...



São todos seres humanos, **COM AS MESMAS NECESSIDADES, DESEJOS, EXPECTATIVAS...**
O que falta é a **ADAPTAÇÃO** dos espaços **E QUALIFICAÇÃO** dos serviços para que todos possam usufruir com **IGUALDADE, LIBERDADE E AUTONOMIA**, afinal Acessibilidade deve ser **PARA TODOS!**



Secretaria de
Direitos Humanos

Ministério do
Turismo

GOVERNO FEDERAL
BRASIL
PAÍS RICO É PAÍS SEM POBREZA

O QUÊ? Atividades praticadas

A ANÁLISE DAS ATIVIDADES PRATICADAS NAS VIAGENS, LEVOU A IDENTIFICAÇÃO **DE 4 PERFIS DISTINTOS:**

“PACATOS & RECEOSOS”

Geralmente suas viagens destinam-se a **VISITAR PARENTES E FAMILIARES.**

PREFEREM FICAR EM CASA, assim como fazem em suas cidades de origem.

Quando saem, **O FAZEM NA COMPANHIA DOS FAMILIARES** que lhes prestam toda atenção e auxílio.

“QUEREM CONHECER”

VIAJAM PARA CONHECER PONTOS TURÍSTICOS específicos.

É importante registrar com fotos e filmagens os locais onde estiveram.

Gostam de **FAZER ISSO NA COMPANHIA DE AMIGOS.**

APROVEITAM TAMBÉM O COMÉRCIO LOCAL (gastronomia, artesanatos, produtos com preços diferenciados.)

“HISTÓRICOS & CULTURAIS”

Se interessam muito pela **PARTE HISTÓRICA E CULTURAL DAS CIDADES ONDE VÃO.**

Procuram se inteirar sobre tudo que envolve história, cultura e artes.

Entre suas atividades, **DESTACAM-SE IDAS A MUSEUS, TEATROS, CINEMAS E MARCOS HISTÓRICOS.**

“OUSADOS & CORAJOSOS”

VIAJAM EM BUSCA DO NOVO E DO INUSITADO. Se lançam em busca de atividades que os levem a **ROMPER LIMITES.**

Estão em **BUSCA DO DESAFIO**, mas não o fazem de modo irresponsável.

Entre estes, nota-se a presença daqueles que **CURTEM ESPORTES RADICAIS E ECOTURISMO.**

2.3 Experiências no turismo brasileiro



- 2.3.1 – Viagens realizadas no último ano*.
- 2.3.2 – Experiências e expectativas.
- 2.3.3 – Cidade que ofereceu melhor acessibilidade.
- 2.3.4 – Ocorrência de preconceitos e reações a estes.

** Bloco inserido apenas nos Grupos de Discussão, realizado com turistas reais.*



Secretaria de
Direitos Humanos

Ministério do
Turismo



2.3.1 – VIAGENS REALIZADAS

A GRANDE MAIORIA NÃO UTILIZA OS SERVIÇOS DE AGÊNCIAS DE VIAGENS, POIS PREFEREM CONTRATAR DIRETAMENTE OS SERVIÇOS TURÍSTICOS (transporte, meios de hospedagem e atrativo turístico).

▶ Os turistas com deficiência, via de regra, **VIAJAM ACOMPANHADOS POR FAMILIARES E AMIGOS, SENDO ESTES ÚLTIMOS OS MAIS CITADOS.**

Destinos das últimas viagens....

PARACATU – TERESÓPOLIS – SÃO PAULO – PETRÓPOLIS – FLORIANÓPOLIS – CABO FRIO – RIO DE JANEIRO – BRASÍLIA –
NATAL – CURITIBA – OSASCO – ARRAIAL DO CABO – ARRAIAL DA AJUDA – CAMPOS DO JORDÃO – GUARAPARI – NOVA
FRIBURGO – SÃO ROQUE – ITAPECERICA – INHOTIM – ITU – POÇOS DE CALDAS – RECIFE – FORTALEZA – SALVADOR –
ALAGOAS – ILHA BELA – SANTOS – ARACAJU – MANAUS – BELÉM – PORTO SEGURO – GOIÂNIA – CALDAS NOVAS - JOÃO
PESSOA – PORTO ALEGRE – BELO HORIZONTE – VILA VELHA – CAMPO GRANDE – VOLTA REDONDA – ARRAIAL DO CABO –
BÚZIOS – RIO DAS OSTRAS – ALÉM PARAÍBA – SERRA GAÚCHA

Transporte

- ▶▶ De acordo com a percepção dos turistas com deficiência que participaram do estudo, **O TRANSPORTE, SEJA ELE PÚBLICO OU DA INICIATIVA PRIVADA** (deslocamentos intermunicipais, interestaduais e internacionais) **AINDA NECESSITA DE MUITOS INVESTIMENTOS PARA SE TORNAR ACESSÍVEL.**
- ▶▶ As **COMPANHIAS AÉREAS** estão um pouco à frente, pois **OFERECEM ATENDIMENTO DIFERENCIADO NO MOMENTO DO CHECK IN E DO CHECK OUT.** Todavia, ainda **FALTA ESPAÇO, ADAPTAÇÃO e ACESSIBILIDADE** nas aeronaves (espaço dos corredores, banheiros, intérpretes, braile).
- ▶▶ Os **TERMINAIS RODOVIÁRIOS ESTÃO MUITO DISTANTES DA ACESSIBILIDADE NECESSÁRIA.** Faltam ainda investimentos **NA ESTRUTURA E NA CAPACITAÇÃO DAS PESSOAS.**

Hospedagem



- ▶▶ A cidade de **SOCORRO (SP)**, segundo os respondentes, é um **MODELO DE TURISMO ACESSÍVEL**, pois é a cidade que oferece a melhor adaptação para as pessoas com deficiência.
- ▶▶ Feita essa exceção, **NAS DEMAIS EXPERIÊNCIAS RELATADAS FICA EVIDENTE QUE A ACESSIBILIDADE AINDA NÃO FOI PENSADA DE MODO GLOBAL DENTRO DOS HOTÉIS**. Observa-se frequentemente que apenas áreas pontuais são adaptadas.
- ▶▶ A **DISPONIBILIDADE DE QUARTOS ADAPTADOS É OUTRO PROBLEMA** vivido pelos turistas com deficiência. Em **ALTA TEMPORADA OU QUANDO ALGUM EVENTO QUE ENVOLVE PESSOAS COM DEFICIÊNCIA** está sendo realizado, **OS POUCOS QUARTOS ADAPTADOS QUE EXISTEM SÃO INSUFICIENTES PARA ATENDER A DEMANDA**.
- ▶▶ Nota-se também que nos hotéis **FALTA PREPARAÇÃO E QUALIFICAÇÃO DAQUELES QUE ORIENTARÃO E RECEBERÃO AS PESSOAS COM DEFICIÊNCIA**. A expectativa é a de que os atendentes **POSSAM, inclusive, FORNECER INFORMAÇÕES SOBRE A CIDADE E AS CONDIÇÕES DOS PONTOS TURÍSTICOS**, o que maior parte das vezes não acontece.



Infraestrutura



- ▶▶ As cidades **NÃO ESTÃO PREPARADAS** para as pessoas com deficiência. **DA CALÇADA MAL CUIDADA** (cheia de buracos e irregularidades) **ATÉ A ILUMINAÇÃO INADEQUADA** dos locais (planejada apenas para as pessoas sem deficiência), **TUDO SE CONSTITUI BARREIRAS A SEREM VENCIDAS.**

- ▶▶ O cenário é percebido pelos pesquisados como sendo de **CERTA HOSTILIDADE** e as demandas apresentadas referem-se a uma **DIVERSIDADE DE NECESSIDADES:**
 - Melhorar **O ACESSO AOS EQUIPAMENTOS E ATRATIVOS TURÍSTICOS;**
 - Melhorar a **CONDIÇÃO E A MANUTENÇÃO DAS CALÇADAS.**
 - **SONORIZAR** os semáforos.
 - **CONSCIENTIZAR A POPULAÇÃO** para que ela entenda a importância da inclusão social.
 - Pontos turísticos e comércio precisam ter **INTÉRPRETES/ GUIAS QUALIFICADOS.**
 - Tornar os locais **MAIS ILUMINADOS**, considerando também os turistas de **BAIXA VISÃO.**
 - Melhorar a qualidade das **OBRAS DE ACESSO** que devem atender aos **REQUISITOS MÍNIMOS DE SEGURANÇA,** evitando assim acidentes.



Atrativos turísticos, entretenimento e cultura



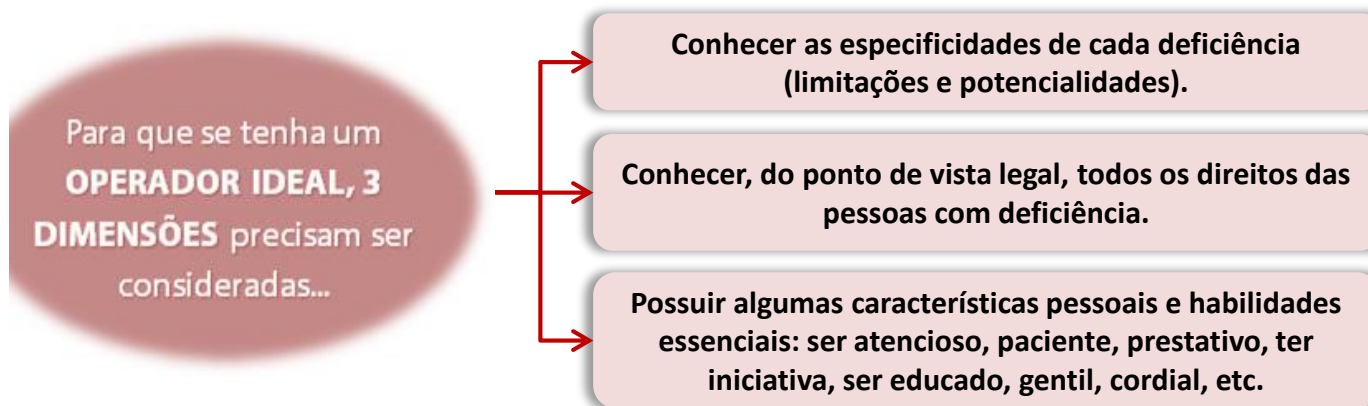
- ▶▶ **NOS CINEMAS, O CADEIRANTE** ainda precisa ficar lá na frente e sua **POSIÇÃO É MUITO DESCONFORTÁVEL**. A pessoa com deficiência **VISUAL E O INTELLECTUAL** que não falam inglês, não conseguem ler a legenda, por isso **PRECISAM DA DUBLAGEM QUE NEM SEMPRE É FEITA**.
- ▶▶ **O ACESSO** de boa parte dos pontos turísticos ainda não foi adaptado e chegar a determinados lugares, muitas vezes, **AINDA É UM DESAFIO**. **INTÉRPRETES DE LIBRAS E O BRAILE** precisam estar mais presentes nos **PONTOS TURÍSTICOS**.

OS TURISTAS – PESSOAS COM DEFICIÊNCIA - BUSCAM A EXPERIÊNCIA PLENA (MUSEUS, TEATROS, CINEMAS, SHOPPINGS, SHOWS, LIVRARIAS, ETC). TODAVIA, RARAMENTE TÊM CONSEGUIDO A PLENITUDE DESEJADA.

- ▶▶ Alguns se queixam, inclusive que, nos pacotes de viagens, **TÊM QUE PAGAR MESMO PELAS ATIVIDADES QUE NÃO CONSEGUEM REALIZAR, ISSO NÃO É VISTO COMO UMA RELAÇÃO JUSTA.**



Operadores turísticos, atendentes e agências de viagens



- ▶▶ Os que utilizam os serviços das agências declaram que **NÃO PERCEBEM UM ATENDIMENTO E NEM UMA OFERTA DE PRODUTO DIFERENCIADOS. NÃO EXISTE A POSSIBILIDADE DE PACOTES UM POUCO MAIS CUSTOMIZADOS.**
- ▶▶ Ocorrem também **FALHAS NA COMUNICAÇÃO ENTRE AGENTE/OPERADOR E O CLIENTE** (por exemplo no preenchimento de fichas com **INFORMAÇÕES QUE NÃO SÃO REPASSADAS ADEQUADAMENTE** ao prestador do serviço turístico.
- ▶▶ Portanto, **NEM SEMPRE O CONTATO GERA UMA EXPERIÊNCIA POSITIVA.** Quase sempre há, por parte do turista com deficiência, **A SENSAÇÃO DE ESTAR DIANTE DE PESSOAS POUCO PREPARADAS E/ OU SENSIBILIZADOS.**

2.3.3 – CIDADES MAIS ACESSÍVEIS (DE ACORDO COM OS ENTREVISTADOS)

MAIOR ACESSIBILIDADE

RIO DE JANEIRO

SÃO PAULO

SOCORRO (SP)

CURITIBA

NO CAMINHO...

RECIFE

NATAL

FORTALEZA

SALVADOR

BELO HORIZONTE

PORTO ALEGRE

MENOR ACESSIBILIDADE

MANAUS

GOIÂNIA

INTERIOR DE GOIÁS

PANTANAL

PRAIAS EM GERAL

BRASÍLIA

» A percepção de **MENOR ACESSIBILIDADE E ADAPTAÇÃO TENDE AO INTERIOR OU A LOCAIS ONDE OS ATRATIVOS TURÍSTICOS ESTÃO RELACIONADOS AOS RECURSOS NATURAIS DO LOCAL.**

2.3.4 – AVALIAÇÃO DO PRECONCEITO

- ▶ De acordo com os pesquisados, **A OCORRÊNCIA DE PRECONCEITOS SE DÁ COM UMA FREQUÊNCIA EXPRESSIVA.**
- ▶ Verifica-se, no entanto, que o preconceito muitas vezes é originado pelo próprio **DESCONHECIMENTO E/OU FALTA DE INFORMAÇÃO.**
- ▶ Verifica-se que **A GRANDE MAIORIA NÃO RECLAMA POR SEUS DIREITOS.**

“Melhorou bastante, mas ainda tem gente que nem fala com você. Se você está acompanhado, falam com a pessoa e não falam com você. Até no médico, ele quer falar comigo, mas fala com meu marido, como se eu não estivesse lá.” (Curitiba – EP Visual)

“(...) Eu quase me machuquei muito. Eu fui subir no ônibus e cai. Tinha que ter alguma coisa que nos orientasse a subir e que falasse o número e o destino do ônibus. Você pede informação para alguém e parece que você não existe, eles te ignoram, parece que ficam com medo.” (São Paulo – Grupo Focal)

“(...) entrei com um processo na justiça. Estava andando na rua e esbarrei na mochila de uma pessoa e ela começou a me insultar...” (Rio de Janeiro – EP Visual)

2.4 Projeções de Viagens

- 2.4.1 – Que lugares gostariam de conhecer
- 2.4.2 – Barreiras e entraves à realização das viagens desejadas.

2.4.1 – LUGARES QUE GOSTARIAM DE CONHECER

PAÍSES FORA
DO BRASIL

FRANÇA – ESPANHA - ALEMANHA

ESTADOS

MINAS GERAIS – ESPIRÍTO SANTO – GOIÁS – RIO DE
JANEIRO – BAHIA – AMAZONAS - MARANHÃO - CEARÁ

REGIÕES

NORTE - NORDESTE – SUL – CENTRO-OESTE

RIO DE JANEIRO – SÃO PAULO – BÚZIOS – PARATY –
RECIFE – SÃO LUIZ - FLORIANÓPOLIS – APARECIDA DO
NORTE – CURITIBA - FORTALEZA - FERNANDO DE
NORONHA – ATIBAIA – BRASÍLIA – OURO PRETO –
TIRADENTES – SÃO LOURENÇO – SÃO JOÃO DEL REI –
SOCORRO – MACEIÓ – SALVADOR – CAMPOS ALTOS –
PORTO ALEGRE – SOROCABA – SÃO LUIZ – MANAUS –
JOÃO PESSOA

CIDADES

LOCAIS E EVENTOS

FEIRA LITERÁRIA DE PARATY – DISNEY – LENÇÓIS
MARANHENSES – PANTANAL - PORTO DE GALINHAS -
SERRA GAÚCHA



2.4.2 BARREIRAS E ENTRAVES À REALIZAÇÃO DAS VIAGENS

- ☹ *Transporte coletivo sem acessibilidade (ser carregado, ser colocado no chão).*
- ☹ ***Restrições financeiras.***
- ☹ *Características naturais das (Ex.: calçamentos das ruas de Parati, as ladeiras das cidades históricas de Minas Gerais).*
- ☹ ***“falta de tempo”.***
- ☹ *Imagem negativa da cidade, formada por notícias divulgadas na mídia.*
- ☹ ***Receio de que não será compreendido na cidade a ser visitada (auditivos, por exemplo).***
- ☹ *Medo da violência local.*
- ☹ ***Despreparo das pessoas e profissionais do turismo para lidarem com a pessoa com deficiência.***
- ☹ *Impressão de que locais que oferecem contato com a natureza (Amazônia, Mato Grosso, Goiás, por exemplo) estejam ainda menos adaptados, podendo oferecer riscos à pessoa com deficiência.*

E por fim seguem algumas expectativas e sugestões...



- ▶ *É preciso pensar em adaptação e não esquecer da correta divulgação do que foi feito. Informações coerentes com a realidade, nem mais e nem menos.*
- ▶ *Investir, ostensivamente, na adaptação dos principais pontos turísticos das cidades: museus, cinemas, teatros, praias, etc.*
- ▶ *Investir também de modo efetivo na adaptação do transporte público, preparando os motoristas para lidarem com as situações e os diversos tipos de deficiência.*
- ▶ *Utilizar mais a mídia (mídias tradicionais, digitais e alternativas) para a comunicação do processo de adaptação, assim como programas e leis.*
- ▶ *Criar um canal específico para turistas com deficiência, com informações sobre os locais e dicas para a realização com sucesso de uma viagem. Ou seja, um canal de comunicação direta.*

E sobretudo...

“ INVESTIR NA PREPARAÇÃO E QUALIFICAÇÃO DOS PRESTADORES DE SERVIÇOS QUE, EM ALGUMA MEDIDA, TERÃO CONTATO COM AS PESSOAS COM DEFICIÊNCIA NO DIA A DIA. É PRECISO DESMISTIFICAR CONCEITOS EQUIVOCADOS, QUEBRAR ANTIGOS PARADIGMAS, POIS ASSIM QUEBRAM-SE OS PRECONCEITOS E O TRATAMENTO PASSA A SER INCLUSIVO E EFICAZ” .





Ministério do Turismo

Secretaria Nacional de Políticas de Turismo
Departamento de Produtos e Destinos
Coordenação-Geral de Incentivo a Viagens

www.turismo.gov.br
social@turismo.gov.br
61 2023 8165

Presidência da República

Secretaria de Direitos Humanos
Secretaria Nacional de Promoção dos Direitos da Pessoa
com Deficiência
Coordenação-Geral de Acessibilidade

www.pessoacomdeficiencia.gov.br
61 2025 9507