

**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.*

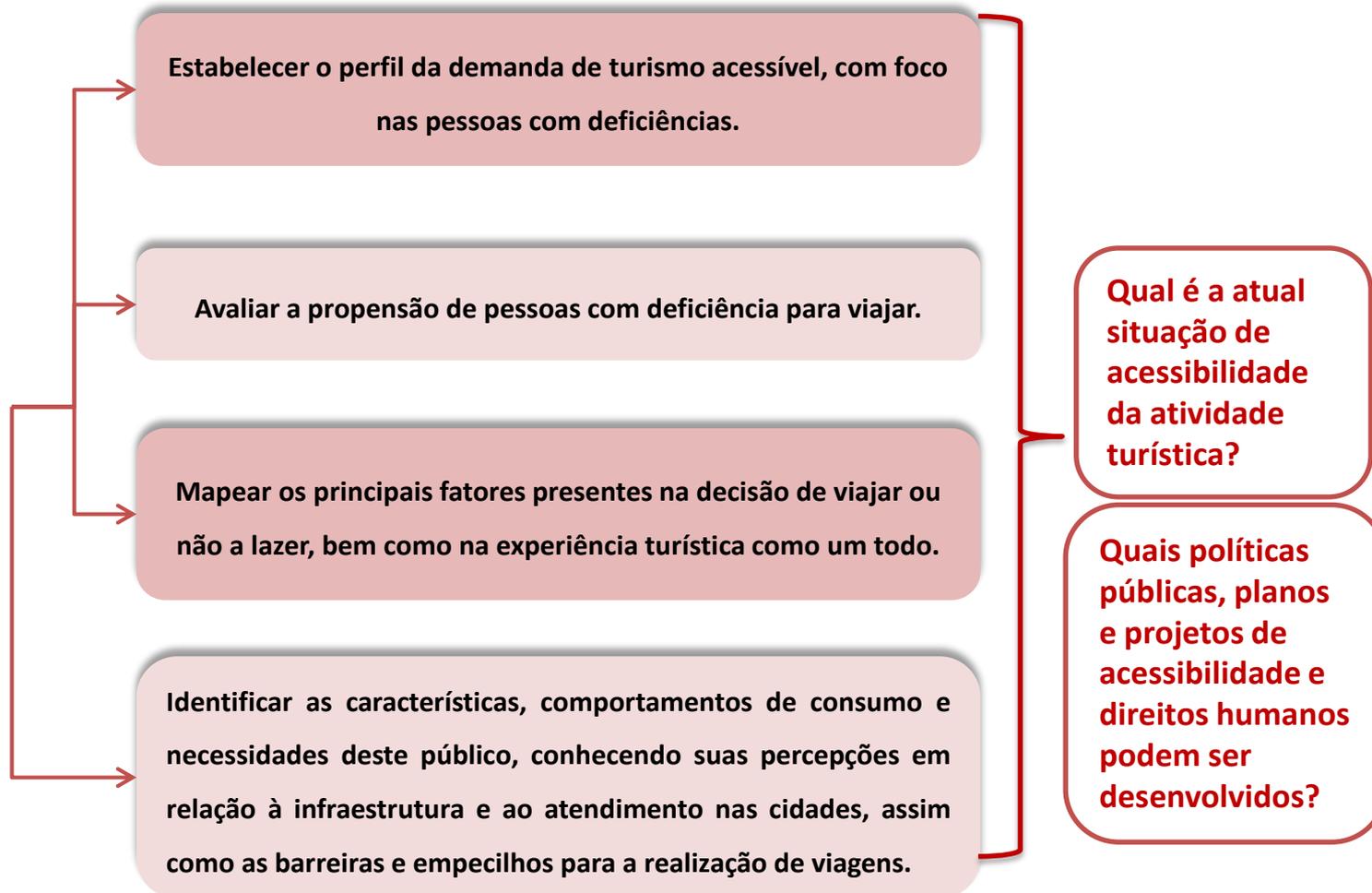
## ENTREVISTA INDIVIDUAL DE PROFUNDIDADE

*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	<b>PESSOAS COM DEFICIÊNCIA (MOTORA, AUDITIVA, VISUAL E INTELLECTUAL)</b>
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:

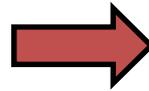
- Participação em eventos promovidos pelas entidades que os representam;
- Leitura, estudos e pesquisas (pela internet);
- Ouvir músicas;
- Passear com os filhos (teatro, cinema, shopping)
- Esportes (natação, futebol, basquete, capoeira)
- Ir ao shopping nos sábados e domingos
- Teatro;
- Vídeo game.

## 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



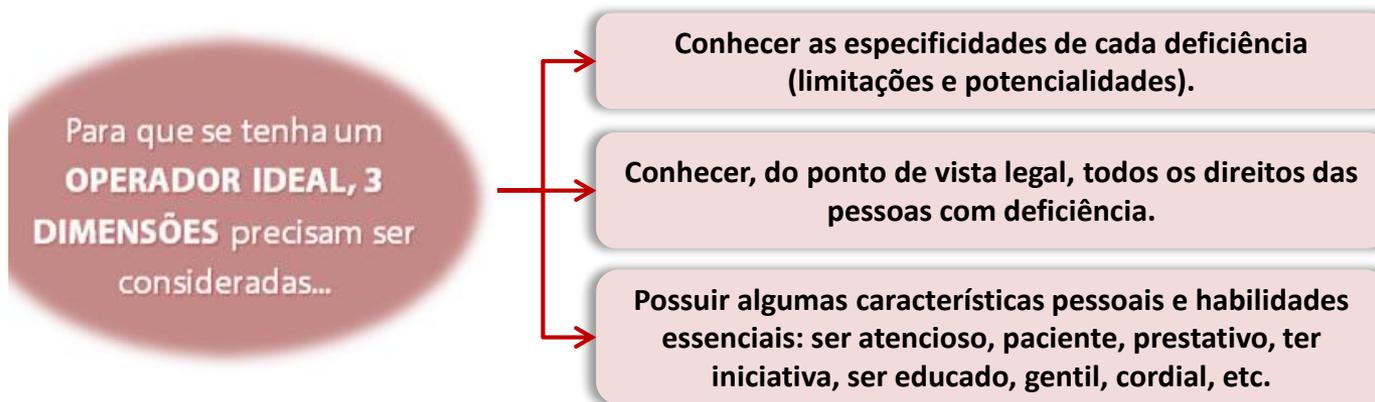
- ▶▶ **NOS CINEMAS, O CADEIRANTE** ainda precisa ficar lá na frente e sua **POSIÇÃO É MUITO DESCONFORTÁVEL**. A pessoa com deficiência **VISUAL E O INTELLECTUAL** que não falam inglês, não conseguem ler a legenda, por isso **PRECISAM DA DUBLAGEM QUE NEM SEMPRE É FEITA**.
- ▶▶ **O ACESSO** de boa parte 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

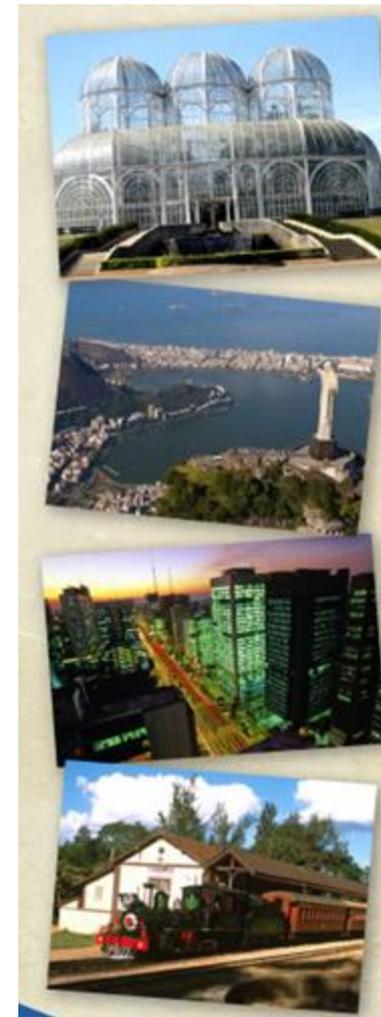
NORTE - NORDESTE – SUL – CENTRO-OESTE

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](http://www.turismo.gov.br)  
[social@turismo.gov.br](mailto: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](http://www.pessoacomdeficiencia.gov.br)  
61 2025 9507