
Leonor Mendonça¹

Recebido: 28-02-17 | Aprovado: 06-03-17

DOI: <https://doi.org/10.23882/OM06-2017-04-06>

TURISMO PARA TODOS O conceito de hospitalidade acessível

Resumo: Reconhecendo o potencial turístico que Portugal tem para explorar e considerando a necessidade emergente de acreditar a acessibilidade universal nos serviços turísticos, torna-se iminente considerar a importância basilar de uma característica que nos distingue como nação – o saber receber. O conceito de hospitalidade pressupõe a aptidão e competências relacionadas com o atendimento, a gestão do relacionamento e a interação entre a comunidade anfitriã e os demais turistas que procuram usufruir das experiências que o destino turístico escolhido lhes proporciona. A capacitação dos intervenientes nesta experiência turística e a quebra de barreiras atitudinais relacionadas com a acessibilidade universal – Turismo para todos, é, a oportunidade de transformar uma oferta existente, numa oferta turística diferenciada capaz de se destacar das demais semelhantes. Desde a chegada à partida, é necessário a formação transversal de todos os intervenientes na prestação da oferta dos serviços turísticos e complementares.

Palavras-chave: Turismo acessível, acessibilidade, hospitalidade, formação.

TOURISM FOR ALL The concept of accessible hospitality

Abstract: While recognizing Portugal's unexplored tourist potential and considering the emergent need in enabling the universal accessibility in tourist services, it is eminent to consider the fundamental importance of a feature that distinguishes us as a nation - the know how in welcoming others. The concept of hospitality assumes the ability and the competences related to customer service, relationship management and the interaction between the hosting community and the tourists who try to enjoy the experiences offered by the tourist destination. The capacitation of all players in this tourist experience and the breakdown of attitude barriers related to global accessibility – Tourism for all, is the opportunity to transform an existing offer into a distinguishing offer capable of standing apart from similar ones. From the arrival to the departure, cross sectional training of all players is mandatory, regarding offer provision of tourist and ancillary services.

Keywords: Accessible tourism, accessibility, hospitality, training.

¹ **Escola de Hotelaria e Turismo do Algarve (Portugal)**
(mendonca.leonor@gmail.com)

1. Introdução

O turismo assume uma importância crucial para a economia de muitos países, sendo considerado um dos maiores setores económicos mundiais, afirmando-se como um dos que mais cresceu em todos os domínios; emprego, impostos, diversificação e incremento de outras atividades. Esta atividade não apresenta apenas benefícios económicos, como assume igualmente uma importância basilar na promoção da cultura, língua e costumes de uma população, povo ou país.

O caso português torna-se ainda mais paradigmático. A par de um declínio dos sectores primários e secundários o turismo tonou-se um dos sectores com maior crescimento e capacidade de resposta às necessidades e soluções socioeconómicas para o país; o seu desenvolvimento e aposta atraiu o interesse de turistas, operadores e investidores.

As possibilidades oferecidas por um mundo globalizado, a par do interesse generalizado do lazer e fuga ao quotidiano, permitem o usufruto de férias a grupos ou sectores anteriormente arredados deste tipo de ocupação dos tempos livres. O alargamento e democratização das viagens para férias torna-se transversal. As sociedades ocidentais promovem, nas mais variadas situações, a igualdade de oportunidades e a realização individual como um bem comum superior. O turismo sénior, o desenvolvimento das condições de acessibilidade e quebra de

barreiras físicas e psicológicas, permitem também aos portadores de qualquer limitação ou deficiência a participação plena numa sociedade cada vez mais apostada na inclusão e valorização de todos.

A mudança social identificada e as oportunidades económicas conduziram ainda ao desenvolvimento de políticas por parte dos Estados, no sentido de potenciar e generalizar as boas práticas nestas matérias. O Reino Unido, nos finais dos anos oitenta, recomendou e promoveu junto dos agentes da indústria do Turismo a necessidade de se adotarem medidas necessárias à realização do conceito de “Turismo para Todos”. Acompanhando a adoção e implementação do conceito nos países ocidentais, Portugal tanto ao nível estatal como privado revela a sua vocação modernista e inovadora não somente na vertente das oportunidades económicas, mas também humanistas, afirmada desde há muitos séculos em várias áreas e situações. País pequeno, mas que em muitos momentos da sua história evidenciou a sua imensa potencialidade.

Na sequência das comemorações do Dia Mundial do Turismo de 2016, cujo tema foi: “Turismo para Todos – promover a acessibilidade universal” é pertinente valorizar a oferta turística de Portugal, concentrando as atenções nos indicadores estatísticos que refletem as alterações da procura e um aumento gradual no crescimento de sector do turismo.

Resultados globais preliminares	Unidade	Novembro		Dezembro		Jan - dez 16	
		Valor	Tvh (%)	Valor	Tvh (%)	Valor	Tvh (%)
Hóspedes	10 ³	1 129,3	12,9	1 060,8	8,1	19 059,3	9,8
Dormidas	10 ³	2 891,8	14,9	2 497,8	11,0	53 526,4	9,6
Residentes em Portugal	10 ³	808,1	5,3	901,5	5,0	15 238,8	5,2
Residentes no estrangeiro	10 ³	2 083,7	19,2	1 596,3	14,8	38 287,6	11,4
Estada média	nº noites	2,56	1,8	2,35	2,7	2,81	0,2
Taxa de ocupação-cama (líquida)	%	34,8	3,9 p.p	29,8	1,7 p.p	48,6	2,4 p.p
Proveitos totais	10 ⁶ €	154,3	24,1	136,0	15,1	2 900,7	17,0
Proveitos de aposento	10 ⁶ €	106,5	26,6	89,8	16,1	2 096,8	18,0
RevPAR (Rendimento médio por quarto disponível)	€	28,1	23,3	23,4	10,5	42,6	13,4

Quadro 1. Resultados globais preliminares da atividade turística
Fonte: INE – Atividade turística dezembro 2016

Considerando a última publicação por parte do Instituto Nacional de Estatística (fevereiro de 2017), verifica-se que no global do ano de 2016 (com base em resultados preliminares) “os estabelecimentos hoteleiros registaram 19,1 milhões de hóspedes e 53,5 milhões de dormidas, a que corresponderam aumentos de 9,8% e 9,6% respetivamente (+8,1% e +6,5% em 2015). O mercado interno contribuiu com 15,2 milhões de dormidas (+5,2%) e os mercados externos com 38,3 milhões (+11,4%). Os hóspedes não residentes representaram 71,5% das dormidas totais (70,4% no ano anterior). Os proveitos totais aumentaram 17,0% e os de aposento 18,0%, ultrapassando o crescimento verificado no ano precedente (+13,0% e +14,7% em 2015).”

As oportunidades criadas por um mundo globalizado também impõem exigências e dificuldades. A oferta turística portuguesa não está sozinha, mas antes concorre com outros destinos que obrigam a todos um trabalho redobrado. Importa, pois, ter a consciência que para vencer e afirmar um produto e um conceito é necessária qualidade e ajustamento às expectativas dos que nos procuram na indústria do turismo. Esta fórmula sendo difícil e exigente torna-se mais premente num público com necessidades muito variadas. Sem dúvida que a atenção da temática e as mais variadas soluções tecnológicas permitem a implementação de soluções nas unidades hoteleiras, na restauração, nos transportes, nos museus e na animação turística e cultural.

Neste contexto, a hospitalidade e o saber receber impõem igualmente aos trabalhadores da indústria, saberes variados e consolidados. Às atitudes, saberes técnicos e linguísticos necessários acrescentam-se os conhecimentos específicos na resposta e adequação às necessidades genéricas dos portadores de deficiência e ou limitação visual, auditiva e motora. A extensão do conceito de saber receber, tão importante na indústria da hospitalidade pressupõe o respeito e dignidade no acesso aos serviços; serviços de informação acessíveis a todos; identificação, reconhecimento e satisfação das necessidades específicas; transportes adaptados; redução e eliminação de todas as barreiras físicas tanto nas unidades hoteleiras como em todos os espaços usados na fruição turística e adoção das normas de acessibilidade a nível internacional.

2. A acessibilidade universal

Com uma procura mais acentuada e reiterando as novas exigências dos mercados, é necessário desenvolver uma oferta mais abrangente e concrecionada, que seja transversal a nichos de mercado e reconhecida pela sua acessibilidade universal.

A *Norma de Acessibilidade Universal, UNE 170001*, aplica-se a qualquer tipo de organização que valide a garantia da igualdade de oportunidades no acesso e utilização do ambiente envolvente (lugares, edifícios, estabelecimento e instalações), onde a atividade é realizada.

Adotam-se medidas que assegurem a igualdade de oportunidades de todos os utilizadores, para os bens e serviços prestados, através do cumprimento dos critérios de acessibilidade para todos.

A pertinência da implementação e certificação de um sistema de gestão da acessibilidade para todos é capital, reconhecendo a organização dos meios que proporcionam o real conhecimento das suas necessidades específicas, os seus objetivos, dimensão, estrutura das organizações e os seus processos, assim como dos seus clientes e utilizadores. A preocupação com a acessibilidade universal nos serviços turísticos é de grande pertinência e manifestamente um critério objetivo de qualidade, que se traduz na funcionalidade, segurança e conforto para todos os utilizadores.

3. O programa *All for All - portuguese tourism*

Tendo em conta a crescente importância social da inclusão, o Turismo de Portugal lançou o programa “All for All – portuguese tourism” com o intuito de apoiar e sensibilizar os agentes do setor, na implementação articulada de medidas de forma a permitir que a qualidade e diversidade da oferta turística nacional se estenda a todos, tornando Portugal um destino turístico para todos. O reconhecimento adquirido ao longo das últimas décadas de que Portugal sabe “receber bem”, pode ganhar um sentido mais forte com a concretização de um conjunto de respostas e adaptações em função das necessidades diversas colocadas no âmbito do Turismo Acessível. A capacidade de Hospitalidade desenvolvida, aplicada a um âmbito alargado, colocará Portugal num patamar mais elevado do que aquele que já conquistou com

os vários prémios e destaques internacionais.

O aumento dos turistas com necessidades específicas insere-se numa tendência social de reconhecimento e valorização do seu papel na sociedade e na realização das mais variadas necessidades humanas, entre as quais viajar. A crescente afirmação deste princípio desenvolve, o que outrora foi um nicho de mercado, nos próximos anos um mercado com um potencial de mais de 850 milhões de viagens na Europa.

Segundo estimativas do sector, os principais mercados emissores de turistas para Portugal nomeadamente o Reino Unido, a França, a Alemanha, a Itália e a Espanha representam no total cerca de 50 milhões de Turistas com necessidades específicas.

A concretização das medidas previstas no programa “All for All – portuguese tourism” permitirá aos agentes turísticos portugueses acolher turistas em família com crianças pequenas, seniores e pessoas com algum tipo de incapacidade. Desta forma a eliminação de barreiras físicas e as necessárias adaptações tornam verdadeiramente Portugal como um destino que sabe “receber bem” todos.

Saber receber e acolher todos os turistas - famílias com crianças pequenas, seniores ou pessoas com algum

tipo de incapacidade, ainda que temporária – é, por isso, uma importante oportunidade de negócio e uma vantagem competitiva para Portugal.

4. Conceito de hospitalidade

Como podemos ver consultando o Dicionário Infopédia da Língua Portuguesa com Acordo Ortográfico [em linha] da Porto Editora, de 2003-2017, o termo hospitalidade, proveniente do latim *hospitatitãte*, pode significar: ato de hospedar, de acolher hóspede(s); hospedagem; qualidade de hospitaleiro, do que recebe ou acolhe pessoas de uma forma agradável e afetuosa; acolhimento afetuoso.

Hospitalidade é fundamentalmente o ato de acolher e prestar serviços a alguém que por algum motivo esteja fora da sua localidade de residência. A hospitalidade é uma relação especializada entre dois protagonistas, aquele que recebe e aquele que é recebido por alguém (Gottman, 2001, p.66). Pode ainda ser considerada uma troca humana: contemporânea, voluntária e mutuamente benéfica e que se apresenta dentro de um conjunto de bens e serviços. (Lashley, 2004). Segundo Camargo (2003, p.19): “a hospitalidade pode ser definida como o ato humano, exercido num contexto doméstico, público

Tempos Espaços	Rececionar	Hospedar	Alimentar	Entreter
Doméstico	Receber pessoas em casa, de forma intencional ou casual	Fornecer estadia e abrigo em casa a pessoas	Receber em casa para refeições e banquetes	Receber para refeições e festas
Público	A receção em espaços e órgãos públicos de livre acesso	A hospedagem proporcionada pela cidade e pelo país	A gastronomia local	Eventos públicos de lazer e outros eventos
Comercial	Os serviços profissionais de receção	Hotéis, hospitais, casas de saúde e prisões	A restauração	Eventos, espetáculos e espaços privados para lazer
Virtual	Folhetos, cartazes, brochuras, internet, telefone, e-mail	Sites e sites hospedeiros	Programas nos <i>media</i> e <i>sites</i> de gastronomia	Jogos e entretenimento nos <i>media</i>

Quadro 2 - Os Tempos e espaços da hospitalidade humana
Fonte: Camargo (2004, p.84)

ou comercial, que envolve o ato de receber, hospedar, alimentar e entreter pessoas”, conforme o quadro 2.

Se nos focarmos no contexto comercial, deparamo-nos com as características dos anfitriões e a relação destes com os seus hóspedes; numa conjugação de meios de hospedagens que facultam serviços remunerados de alojamento. É importante ressaltar que os meios de hospedagem disponibilizam igualmente, serviços de alimentação e bebidas, o que por sua vez, reflete os pilares para a prática da hospitalidade nos ambientes comerciais, revistas no receber e hospedar doméstico.

O que é percebido pelo visitante é do foro estritamente pessoal, logo, a hospitalidade deve ser encarada numa complexidade superior aos serviços de bem receber, hospedagem, alimentação e entretenimento; cuidando a relação social inerente ao encontro de indivíduos diferentes, cujos valores pessoais e culturais podem influenciar o ambiente hoteleiro.

Atualmente, o conceito de hospitalidade centra-se nos sentimentos e aspirações de todos os intervenientes no meio turístico e o seu foco sobrepõem-se à qualidade dos serviços e da preocupação constante do conforto disponibilizado ao turista; centra-se na satisfação plena do visitante e na melhoria de vida da comunidade receptora.

5. Hospitalidade acessível

A prática do turismo, como atividade social, deve ser acessível a todos os indivíduos, incluindo aqueles com necessidades específicas; as pessoas com deficiência representam 10% da população mundial segundo dados da Organização Mundial de Saúde (OMS).

Abordar o turismo para todos (pessoas com e sem deficiência), torna necessário entender o conceito de acessibilidade, que tanto tem sido estudado e discutido, contudo, está ainda aquém da prática desejada, continuando a ser uma baliza a alcançar, no que concerne à igualdade social, pela população portadora de deficiência.

Como falar de hospitalidade, sem o reconhecimento da acessibilidade para todos?

A preocupação constante com o conforto dos turistas leva muitas vezes, à só consideração dos aspetos mais físicos da acessibilidade, descuidando outros, não menos importantes e de carácter transversal.

Na hotelaria contemporânea, nem sempre se encontram à disposição os produtos de apoio necessários à satisfação das necessidades específicas dos clientes com deficiência ou limitação (permanente ou temporária); veja-se como exemplo, a disponibilização de ementas em braile, ou mesmo, *sites* de reservas de alojamento, com funcionalidades para invisuais.

No que concerne à hospitalidade, muito há por fazer no que diz respeito às boas práticas de serviço; esta deve ser exercida numa perspetiva global, considerando o cumprimento dos seus princípios, receber, hospedar, alimentar e entreter, contemplando as bases da acessibilidade universal.

Denote-se que a conceção de um produto hoteleiro não deve sujeitar-se exclusivamente a um padrão pré-estabelecido de determinados tipos de cliente, pois cada indivíduo é um indivíduo único, com diferentes necessidades e que merece respeito e consideração, quanto às suas especificidades no tratamento dispensado.

Sendo que, são vários os fatores que podem influenciar um potencial cliente a escolher um determinado estabelecimento hoteleiro, em detrimento de outro, é relevante o reconhecimento das boas práticas de serviço, sendo necessário considerar uma prestação das mesmas com base nos princípios de qualidade e satisfação do cliente, sempre na expectativa de as superar; tornando a oferta distinta das demais concorrentes.

Considerar um produto hoteleiro com acessibilidade total é procurar o resgate de valores adormecidos que envolvem a arte do bem receber o outro e proporcionar um atendimento com qualidade e hospitalidade, construindo uma sociedade inclusiva.

Relativamente aos procedimentos hoteleiros e, considerando o ciclo do cliente em hotel, deve ser dispensada uma atenção especial e criteriosa para com os procedimentos de reserva, com o intuito de identificar as necessidades específicas do futuro hóspede. Nos restantes momentos, onde se pressupõem atividades de atendimento diversas, é essencial o esclarecimento dos funcionários intervenientes, no que diz respeito à desmistificação do conceito da deficiência e respetivas necessidades específicas de cada indivíduo, bem como, a desdramatização do atendimento deste tipo de clientes, acolhendo-

os com naturalidade e o mesmo profissionalismo característico de um atendimento de excelência.

O conceito de hospitalidade direcionado às pessoas com mobilidade reduzida, na hotelaria, deve compreender para além da acessibilidade arquitetónica. Os funcionários devem respeitar o tratamento das relações humanas e interpessoais, nunca esquecendo que a deficiência confrontada, pode ter sido herdada à nascença, porém, também pode ser fruto do infortúnio de uma vida normal acidentada, no verdadeiro sentido da palavra, ou por confrontação com uma doença inconveniente; facto, que a todos e qualquer um, pode suceder.

A inclusão no lazer e no turismo exige primeiramente a consciencialização das dificuldades existentes, espontaneamente, denominadas por “barreiras”. Segundo Sasaki (2003, p. 35) existem seis diferentes barreiras encontradas no turismo; são elas: barreiras arquitetónicas, barreiras atitudinais, barreiras comunicacionais, barreiras metodológicas, barreiras instrumentais e barreiras programáticas.

Compete aos profissionais da indústria do acolhimento, a transposição das principais barreiras que protelam a potencialização dos serviços de hospitalidade acessível – as barreiras atitudinais, consciencializando-se, que dada a conjuntura demográfica mundial atual, a probabilidade de oferecer e prestar serviços a públicos com necessidades específicas, é uma realidade.

As pessoas com deficiência representam um público com grande potencial para o turismo, pois, em inúmeras ocasiões, necessitam de acompanhantes na concretização das suas viagens, o que se concretiza num fator multiplicador do número de turistas. Considerando, num todo, a procura turística, torna-se necessário refletir sobre os dois principais pontos-chave: o planeamento arquitetónico/urbanístico específico e a contratação e/ou capacitação de funcionários para a prestação de serviços adequados às necessidades específicas destes potenciais turistas, construindo uma gestão das operações, na ótica da qualidade da prestação dos serviços, adequada à diversidade dos consumidores.

6. Capacitação dos intervenientes

A qualidade da prestação de serviços pressupõe recur-

sos humanos qualificados, motivados e conhecedores das metodologias, técnicas e requisitos da sua área profissional. Em todas as áreas profissionais se tem verificado um incremento de expectativas e exigências legais. A formação ao longo da vida dos ativos assegura, desde a formação inicial de qualificação à formação contínua, as condições necessárias ao ajustamento das competências dos profissionais, numa sociedade de mudança e inovação constante.

No seguimento de um estudo da União Europeia em 2012, sobre as condições oferecidas aos turistas com necessidades especiais em doze países europeus (Bélgica, Bulgária, Eslovénia, Espanha, França, Irlanda, Itália, Lituânia, Holanda, Polónia, Reino Unido e Suécia), o Turismo de Portugal realizou um mapeamento das competências e necessidades de formação para melhorar a acessibilidade nos serviços de turismo.

Foram identificados um conjunto de competências a promover entre os profissionais e empresários do sector do turismo nos domínios do saber ser/estar, saber-saber e saber fazer. Nos dois primeiros domínios tratam-se conhecimentos tais como, a compreensão e sensibilização para a acessibilidade; conhecimento sobre as definições de deficiência, tipos de deficiência e requisitos de acesso; conhecimento sobre as barreiras à acessibilidade e o *design para todos* e os conhecimentos sobre o desenvolvimento estratégico do negócio ligado à acessibilidade. No domínio do saber fazer, consideram-se os princípios do atendimento ao cliente; reconhecer e responder de forma adequada às pessoas que utilizam produtos de apoio; protocolo e etiqueta apropriada para lidar com turistas com necessidades específicas, os animais de serviço e a tecnologia disponível para assistência pessoal. A oferta formativa neste domínio assenta num conjunto de *unidades de formação de curta duração* (UFCD), incluídas no *Catálogo Nacional de Qualificações* (Quadro Nacional de Qualificações), ferramenta estratégica utilizada para gerir a formação para qualificação profissional sob a tutela da *Agência Nacional para a Qualificação e o Ensino Profissional* (ANQEP).

O conjunto de ações de formação, organizado para dotar os profissionais de turismo com as competências adequadas para receber com sucesso e atender as pessoas

com necessidades específicas, denominado "Turismo Inclusivo – competências para acolhimento de pessoas com necessidades específicas" está organizado em quatro UFCD'S: Uma UFCD transversal para todos os profissionais de turismo; uma UFCD de "Alojamento"; uma UFCD de "Restauração"; e uma UFCD de "Outros Serviços de Turismo". Cada uma das UFCD'S abrange as quatro principais áreas de deficiência - física, visual, audição e intelectual, bem como idosos. A execução deste conjunto de ações de formação teve início em 2013 num conjunto de Escolas de Hotelaria e Turismo. Pese embora o esforço desenvolvido, os resultados e impacto da formação no conjunto dos profissionais do sector é ainda, globalmente, insuficiente. O reforço da importância e valorização da qualificação dos profissionais, não permitiu ainda a adequação aos requisitos e padrões exigidos por uma oferta de serviços turísticos e hoteleiros de qualidade. A afirmação dos conceitos de hospitalidade e "saber receber", essenciais numa economia altamente concorrencial e globalizada, dificilmente se operacionaliza sem padrões de excelência, também nas competências adquiridas e desenvolvidas pelos profissionais.

A rotatividade e precariedade de muitos vínculos profissionais no sector, levam os serviços turísticos a recorrer à formação informal e "on the job", devido aos custos inerentes à disponibilidade financeira e temporal, que o outro tipo de formação implica. É necessário pois, fomentar a fixação e progressão na carreira dos ativos empregados no sector; implementação de métodos de formação formal e estruturada que permitam a autoaprendizagem (ou seja, on-line); o Ensino tradicional em sala de formação e a formação informal e a aprendizagem através da frequência de *workshops* e conferências.

No entanto, a formação não pode ser promovida de forma isolada, deve fazer parte de uma estratégia global para desenvolver e melhorar os serviços do turismo acessível. Segundo as conclusões do estudo do Turismo de Portugal, "a sensibilização para a acessibilidade é o primeiro passo para uma formação contínua. A aposta na acessibilidade deve ser considerada uma estratégia de longo prazo e a formação é uma parte integrante de outros esforços paralelos para melhorar a acessibilidade, tais como intervenções físicas nos equipamentos, a aqui-

sição de ferramentas adicionais e dispositivos de assistência, etc." (Turismo de Portugal, s.d., p.16).

É urgente reconhecer o potencial de uma oferta qualificada, especializada e com predisposição para enfrentar desafios constantes, como os de satisfazer as variadas necessidades específicas dos novos tipos de turistas emergentes e diferenciados.

Considerações Finais

Os princípios da hospitalidade estão, desde o início do desenvolvimento do sector, no centro das atividades hoteleiras. "saber receber" resulta da oferta de serviços e produtos com qualidade, enquadrado por um conjunto de estruturas, que no caso do *turismo acessível*, se esperam isentas de barreiras e adaptadas às especificidades das necessidades dos turistas. Para bem acolher é necessário ainda um conjunto de atitudes e conhecimentos técnicos. Ser capaz de responder e superar as expectativas de quem nos visita, quer no âmbito do turismo externo quer interno, é essencial para a criação de um sentimento positivo sobre a experiência e o desejo de voltar.

É internacionalmente unanime o reconhecimento de Portugal como um destino que sabe acolher e receber. Esta capacidade reconhecida, deve materializar-se na forma como os espaços estão organizados e são acessíveis, na forma como os transportes se adaptam, na cortesia e sensibilidade manifestada pela população às pessoas portadoras de necessidades especiais, como é o caso da aceitação pública da lei do atendimento prioritários nos serviços, na atenção e adequação dos agentes turísticos e hoteleiros e na responsabilidade das entidades municipais e nacionais. A hospitalidade acontece ainda antes da chegada dos turistas ao seu destino. Verifica-se, desde logo, na forma de comunicação adotada, cujo foco principal reside no marketing e nas recomendações de viagens, as informações sobre a acessibilidade, nos valores, ideais e conceitos transmitidos. O turista precisa sentir e perceber que a oferta turística vai de encontro às suas necessidades, expectativas, que é respeitado e bem-vindo.

A capacitação de todos para o ato de "bem receber", passa por campanhas de sensibilização públicas, iniciadas há muito por organizações privadas, entidades pú-

blicas e meios de comunicação social, mas sobretudo pela formação técnica inicial e contínua dos profissionais do sector do turismo (transportes, alojamento, restauração, animação turística e cultural). De facto, sem a atitude e conhecimentos específicos não será possível operacionalizar o conceito de hospitalidade, diferenciar a oferta, responder às expectativas e exigências e, afirmar destinos e produtos turísticos para todos.

Na vertente económica, ver o turismo acessível como um nicho, impeditivo dos investimentos necessários a uma série de adequações e/ou pressupostos é, hoje em dia, um duplo erro. Estudos da União Europeia estimam que este segmento corresponderá a 862 milhões de viagens por ano em 2020, o equivalente a uma taxa de crescimento médio de 1,2% ao ano. Por outro lado, as pessoas portadoras de necessidades especiais não viajam

sozinhas, são na maioria das vezes o fator central e decisivo das escolhas. Assim, apresentar destinos e produtos qualificados, acessíveis a todos, cria um impacto positivo junto do consumidor cada vez mais informado, exigente e consciente dos valores de uma sociedade preocupada com a justiça e igualdade de oportunidades.

A arte de bem receber é essencial, deve complementar-se com um conjunto de serviços e estruturas adaptadas e acessíveis, favorecendo a satisfação das mais variadas necessidades. O conjunto de medidas que têm vindo a ser implementadas, no âmbito do turismo acessível, são não só necessárias, como cada dia que passa mais urgentes.

Parafrazeando Paulo Freire, há que ter em conta que a inclusão só acontece quando sabemos aprender com as diferenças e não apenas com as igualdades.

Referências bibliográficas

- ACCESSIBLE, Portugal Agência de Viagens em Portugal.(s.d.) Disponível em <http://www.accessibleportugal.com/pt/main.php>.
- Baker, M. (1989). *Tourism For All – A report of the working party chaired*. The English Tourist Board, Cardiff.
- Camargo, L. (2003). Os domínios da hospitalidade. In: A. Dencker e M. Bueno (2003). *Hospitalidade: Cenários e oportunidades*. São Paulo: Pioneira Thomson Learning.
- Cavaco, C. (2009). Turismo sénior: perfis e práticas. *Cogitur*, 2, 47-52. Disponível em <http://revistas.ulusofona.pt/index.php/jts/issue/view/56>.
- Comité Económico e Social Europeu (2004). Para um turismo acessível a todas as pessoas e socialmente sustentável. *Jornal Oficial* nº C032 de 05 de fevereiro. Disponível em <http://eur-lex.europa.eu>;
- Dencker, A; Bueno, M. (2003). *Hospitalidade: Cenários e oportunidades*. São Paulo: Pioneira Thomson Learning.
- Deville, E. (2009). O desenvolvimento do turismo acessível: dos argumentos sociais aos argumentos de Mercado. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 11, 39-46.
- Dicionário Infopédia da língua portuguesa com acordo ortográfico (2003-2017). Porto Editora. Disponível em <https://www.infopedia.pt/dicionarios/lingua-portuguesa/>
- ENAT - European Network for Accessible Tourism (s.d.). Disponível em http://www.accessibletourism.org/?i=enat.en.who_we_are.
- EUCAN (2003). Conceito Europeu de Acessibilidade – CEA. Disponível em <http://accessibilidade.cm-lisboa.pt/index.php?id=175>.
- Gottman, A. (2001). *Le sens de l'hospitalité*. Paris: Presses Universitaires de France.
- Grinover, L. (2006). A hospitalidade urbana: acessibilidade, legibilidade e identidade. *Revista Hospitalidade*, 3(2), 29-50.
- INE - Instituto Nacional de Estatística (2017). *Atividade Turística 2016 - Destaque, Informação à Comunicação Social*. Lisboa: INE.
- Lashley, C.; Morrison, A. (2004.) *Em busca da hospitalidade: perspectivas para um mundo globalizado*. Barueri, São Paulo: Manole.
- Peixoto, N.; Neuman, P. (2009). Fatores de sucesso e propostas de ações para implementar o “Turismo para Todos”. Relevância Económico-social. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 11, 147-154.
- Sasaki, K. (2003). *Inclusão no lazer e no turismo: em busca da qualidade de vida*. São Paulo: Áurea.
- SNRIPD (2007): *Turismo acessível, turismo para todos. Guia de referência para os profissionais de turismo. Uma resposta às necessidades especiais dos turistas com deficiência*. Secretariado Nacional para a Reabilitação e Integração das Pessoas com Deficiência. Lisboa: CNAD – Cooperativa Nacional de Apoio a Deficientes.
- Turismo de Portugal (2014). *Turismo acessível na Europa - Síntese dos estudos apresentados pela Comissão Europeia*. Disponível em <http://www.turismodeportugal.pt/Portugu%C3%AAs/AreasAtividade/DesenvolvimentoeInovacao1/Documents/Notas-Conferencia-Bruxelas-06-06-2014.pdf>;
- World Tourism Organization (UNWTO) (2016). *Manual on Accessible Tourism for All: Principles, tools and best practices – Module I: Accessible tourism – Definition and context*. Madrid: UNWTO.