

Viajar é para todos: Acessibilidade em publicações especializadas em viagem e em turismo no Brasil para pessoas com deficiência visual¹

Prof.^a Dr.^a Suely Maciel²

Isabelle Corrêa de Souza³

Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” - Unesp

Resumo

Este trabalho apresenta parte de uma IC em andamento que busca realizar uma taxonomia dos recursos de acessibilidade à comunicação e à informação em produções especializadas em informação de viagens e turismo, focando especialmente no público com deficiência visual. O objetivo é analisar as publicações e verificar se atendem os parâmetros necessários para que sejam acessíveis. A metodologia inclui pesquisa exploratória e descritivo-analítico, levantamento das publicações, análise das publicações a partir da checagem de 2 etapas, uma por meio de *softwares* e a outra manual. Até o momento foi realizada apenas a revisão bibliográfica, que será apresentada neste trabalho.

Palavras-chave: acessibilidade web; comunicação midiática, inclusão; jornalismo de viagem; deficiência visual.

Introdução

Segundo a World Travel & Tourism Council (2024), em 2023, o setor de Turismo e Viagens foi responsável por 9.1% do PIB Global, algo em torno de US\$9,9 trilhões, e empregou mais de 330 milhões de pessoas no mundo inteiro. No Brasil, ainda em 2023, o setor contribui com 8% do PIB, dando aproximadamente R\$752,3 bilhões (Ministério do Turismo, 2024).

Além do valor econômico que o turismo possui, ele também é fundamental para o acesso à cultura e conhecimento. Uma pesquisa da TripAdvisor (2019) mostra que 89% das pessoas consideram conhecer novas culturas e lugares é o ponto mais importante da viagem, ainda aponta que 57% acham que a história e cultura do local visitado é o mais importante no processo de escolha. Vale ressaltar que, além disso, ao viajar, se pratica o ócio, o descanso e o lazer.

Contudo, para que este setor obtenha sucesso, é vital que haja uma comunicação entre

¹Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho Estudos em Comunicação, evento integrante da programação do 28º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 15 a 17 de maio de 2025

²Professora dos Cursos de de Jornalismo e Relações Públicas FAAC-UNESP, email: suely.maciel@unesp.br

³Estudante de Graduação 7º. semestre do Curso de Relações Públicas FAAC-UNESP, email: isabelle.c.souza@unesp.br

o setor e o viajante. É por meio da comunicação que o turista será instigado a viajar e também poderá obter informações para planejar viagens (Brandão, 2005).

Nos dias atuais, essa comunicação acontece majoritariamente na Internet e nas redes sociais. A Opinion Box (2023) realizou um estudo que constatou que no Brasil cerca de 45% a 61% dos viajantes utilizam redes sociais para pesquisar sobre, com o Instagram liderando as procuradas. O mesmo estudo também apontou que as buscas online são significativamente maiores do que a procura por agências de viagens ou revistas especializadas.

Porém, mesmo o ambiente online sendo versátil e com uma infinidade de informações disponíveis, entre elas publicações especializadas, nem todos têm acesso a este universo. No Brasil, segundo o IBGE (2023), 8,9% da população possui algum tipo de deficiência. Dentro da esfera da deficiência visual, engloba-se 3,1% dos cidadãos.

Segundo uma pesquisa do Ministério do Turismo (2013), sabe-se que pessoas com deficiência têm o hábito de viajar, contudo, acabam encontrando diferentes barreiras, durante o processo que envolve o ato de planejar e de viajar. Dentro do planejamento, estas pessoas enfrentam uma falta de canais e meios comunicacionais que sejam acessíveis (MTur, 2013).

Para se contornar este problema, é preciso se produzir conteúdos que implementem acessibilidade, tanto nos meios quanto nos conteúdos. Para Greco e Jankowska (2020), a acessibilidade é um instrumento para que todos sejam capazes de terem acesso aos direitos humanos, independente de possuir ou não deficiência.

A LBI (Brasil, 2015) estipula que Estado e sociedade tem o dever de garantir o acesso efetivo a uma série de direitos à pessoa com deficiência, entre eles o acesso “à cultura, ao desporto, ao turismo, ao lazer, à informação, à comunicação, à liberdade”. Obrigando assim que haja acessibilidade em websites e determinando que a restrição e a recusa de adaptações razoáveis e de fornecimento de tecnologias assistivas se configura como discriminação.

Esta lei se aplica em todos os setores da sociedade, desde o 1º ao 3º setor. Além disso, a acessibilidade pode e deve ser colocada em prática por todos, pois só assim é possível garantir a todos o acesso à informação e comunicação, independente do formato, conteúdo e/ou meio em que se encontra. Logo é evidente que publicações especializadas em viagens e turismo precisam garantir o acesso de pessoas com deficiências a estes conteúdos.

Referencial Teórico

Para a Organização Mundial do Turismo (OMT, 2001), o turismo é uma forma de promover paz, amizade e compreensão entre povos com diferentes culturas e vivências. Mas,

é também de “descanso, diversão, desporto e acesso à cultura e à natureza” (OMT, 2001), sendo um “fator insubstituível para a autoeducação, a tolerância mútua e o aprendizado sobre as legítimas diferenças entre povos e culturas e sua diversidade” (OMT, 2001).

Mas para se ter acesso a viagens e consequentemente a suas vantagens, é preciso planejamento. Este, por sua vez, é possível graças à comunicação. Pois, por meio dela o viajante será informado sobre locais, acomodações, atividades (Brandão, 2005). Além de informar sobre destinos e possibilidades, a comunicação serve como uma forma de propagar o turismo, incentivar as pessoas a viajarem e como uma ponte entre o setor e seu público.

Muito desta comunicação ocorre a partir de publicações especializadas em viagens e turismo, produções que visam informar sobre viagem e turismo e fomentá-los. Elas podem ser produzidas por jornalistas, profissionais especializados, entidades governamentais e civis, empresas e agências de publicidade e por viajantes. (Maciel, 2022).

Avighi (1992) explica que devido à Revolução Industrial e a criação do telégrafo e de impressoras, mais pessoas passaram a ter acesso à educação e informação, algumas tendo acesso também às viagens em si. Já Moraes (2019), conta que durante a globalização, o turismo ganhou mais relevância, já que os meios de comunicação se expandiram.

Este alcance do turismo, e consequentemente, dos conteúdos e publicações de turismo e viagens, aumentou ainda mais com a avanço Internet, que trouxe novos formatos para publicações especializadas, como os blogs, sites e páginas de redes sociais, permitiu que pessoas não especializadas no tema, mas que se interessam e/ou realizam viagens virassem produtores destes conteúdos também.

No Brasil, há poucos dados sobre publicações deste tipo (Moraes, 2019). Contudo, é possível constar que no cenário mundial atual, as redes sociais se tornaram umas das principais fontes de informação sobre destinos (Abdallah & Ayouche, 2019; Jansson, 2018; Kim, Leht & Kandampully, 2019; Moretti et al., 2016; Palazzo et al., 2021 apud Almeida & Leal, 2024).

O ambiente online permite que haja uma hiperconectividade, acesso à informação e participação social, mas nem todos os grupos sociais podem ou conseguem participar desse espaço. Seja por razões financeiras, geográficas ou realmente por conta da falta de ferramentas de acesso, todo um grupo de usuários tem o acesso a Internet negado e acabam sendo “marginalizados” e excluídos dentro desse cenário online (Siqueira, Moreira & Vieira, 2023).

Entre os diversos grupos excluídos, pode-se mencionar as pessoas com deficiência. É

importante ter em mente que este grupo não é homogêneo e cada pessoa tem necessidades diferentes (Ellcessor, Hagood & Kirkpatrick). Tendo isto em vista, o foco será em pessoas com deficiência sensorial, especificamente, deficiência visual.

Baseado no PNAD Contínua de 2022 (IBGE, 2023), mais de 18 milhões de brasileiros possuem deficiência, o que equivale a 8,9% da população. Dentro deste grupo, ao menos 3,1% dos brasileiros são pessoas com deficiência visual, o que corresponde à 6,4 milhões de indivíduos. A pessoa com deficiência visual é aquela que tem uma perda leve na acuidade visual; visão reduzida, baixa visão ou visão subnormal (deficiência severa); ou cegueira.

Segundo o estudo Turismo Acessível, do Ministério de Turismo (2013), pessoas com deficiência têm como principal fonte de informações de viagem a Internet e recomendações de pessoas próximas, seguido de ligações para organizações e empresas ligadas ao ramo turístico. Mesmo utilizando com menos frequência, também são consultadas: revistas de turismo; jornais; livros de viagens; tv; rádio; panfletos de agências. Porém, o mesmo estudo afirma não haver um canal que atenda todas as suas necessidades, dificultando em muito o processo de planejamento da viagem.

Isto se torna evidente ao se observar que os portais oficiais de turismo de cada estado e do próprio país, exceto o site do Paraná, não passam nos critérios de acessibilidade e que quando pessoas com deficiência visual os acessam elas não conseguem navegar pela página (Melo & Silveira, 2013). O mesmo ocorre com os cadernos “Turismo” e “Viagem”, da Folha de S. Paulo e do O Estado de S. Paulo, respectivamente (Maciel et al., 2022).

Algumas principais barreiras encontradas são: ausência de texto alternativos, vídeos sem audiodescrição, falta de contraste entre os elementos na tela, ruídos ou problemas no conteúdo sonoro, páginas que não permitem o uso de tecnologias assistivas (TAs), por conta da má estruturação ou da por não comportarem essas TAs, como páginas que não são passíveis do uso leitores de tela (González-Perea & Rodríguez-Ascaso, 2022).

Porém, a LBI estabelece uma série de medidas para assegurar e promover o acesso aos direitos, à cidadania e à inclusão social da pessoa com deficiência. O Capítulo II afirma que é dever do Estado e da sociedade garantir o acesso efetivo à cultura, ao turismo, ao lazer, à informação, à comunicação, entre outros direitos. Apontando que a restrição e a recusa de adaptações razoáveis e de fornecimento de TAs é discriminação (Brasil, 2015).

A legislação brasileira (Brasil, 2015) entende que a acessibilidade é a condição para utilização, com segurança e autonomia, de diferentes ambientes, serviços e produtos, públicos ou privados de uso coletivo. Incluindo a informação, a comunicação e os meios para acesso.

Contudo, é importante ter em vista que para autores que defendem um viés universalista para a acessibilidade, como Greco e Jankowska (2020), esse conceito é mais amplo. A acessibilidade deve ser universal e garantir que todos sejam capazes de ter acesso aos direitos humanos e à participação social, e não apenas pessoas com deficiência.

A acessibilidade universal é implementada por meio de orientações e/ou diretrizes. Preferencialmente, deve-se utilizar o design universal, que consiste na criação de produtos, serviços e ambientes que consideram a diversidade humana desde o início do projeto, para que o máximo de pessoas possa usar sem precisar de adaptações. Caso isto não ocorra ou surja uma nova necessidade não prevista anteriormente, deve-se oferecer a adaptabilidade, ou seja, alternativas para que a pessoa tenha o acesso (Discapnet).

Adentrando no universo da web, a acessibilidade não se detém apenas ao conteúdo e ao formato, pois esta dependerá dos navegadores web e outros fatores e agentes para poder ser implementada. Para isto, a World Wide Web Consortium (W3C), junto com organizações do mundo inteiro, desenvolveram "As Diretrizes de Acessibilidade para Conteúdo Web 2.1" (WCAG), buscando assim estabelecer um padrão para acessibilidade do conteúdo da Web internacionalmente (W3C, 2018).

REFERÊNCIAS

COUNCIL, World Travel & Tourism. **Economic Impact Research**. 2024.

MARQUES, F.. **Em 10 anos, Turismo contribuirá com US\$16 trilhões na economia dos países, estima WTTC**. MTur, 2024.

BRASIL, Instituto Brasileiro de Turismo (Embratur). **Brasil encerra 2024 com recorde de 6,65 milhões de turistas estrangeiros, alta de 12,6%**. Embratur, 2025.

OMT Organización Mundial del Turismo. **Código ético mundial para el turismo: por un turismo responsable**. OMT, 2001.

MACIEL, S. **Comunicação e inclusão: desenho universal e produção acessível de informação especializada em viagens e turismo na Espanha**. Relatório de Pesquisa. São Paulo: Fapesp, 2022.

TRIP Advisor. **TripBarometer 2017-2018: Global Report**. 2019.

AVIGHI, C. M. **Turismo e comunicação: estudo do turismo na história da comunicação no séc.XIX**. São Paulo: Turismo em Análise, 1992.

BRANDÃO, C. B. **Jornalismo especializado em turismo: foco nas revistas horizonte geográfico, os caminhos da terra, próxima viagem e viagem e turismo**. In: congresso brasileiro de ciências da comunicação. Minas Gerais: Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais. 2005.

MORAES, L. A. **Jornalismo de turismo: entre a notícia e o publicismo**. Razón y Palabra. 2019.

ALMEIDA, B. T.; LEAL, S R. **Authenticity in social media: a post-postmodern tourism perspective**. São Paulo: Revista Turismo em Análise, 2024 .

OPINION BOX. **Viagens: como as pessoas viajam e pretendem viajar pelo brasil e pelo mundo**. Opinion Box, 2023.

SIQUEIRA, D. P.; MOREIRA, M. C.; VIEIRA, A. E. S. F. **As Pessoas E Grupos Em Exclusão Digital: Os Prejuízos Ao Livre Desenvolvimento Da Personalidade E A Tutela Dos Direitos Da Personalidade**. Rio Grande do Sul: Revista Direitos Culturais, 2023.

ELLCESSOR, E.; HAGOOD, M.; KIRKPATRICK, B. **Rumo A Um Campo De Estudos De Mídia E Deficiência**. Paraíba: Revista de Pós-Graduação da Universidade Federal da Paraíba, 2021.

PNAD contínua. **Pessoas com deficiência 2022**. IBGE, 2023.

BRASIL, Ministério do Turismo. **Turismo Acessível**. MTur, 2013.

MELO, F. V. S.; SILVEIRA, D. S. **Os Cegos Conseguem ‘Enxergar’ Destinos Turísticos na Internet? Uma Análise da Acessibilidade dos Websites Oficiais dos Estados Brasileiros**. Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo, 2013.

MACIEL, S.; FERREIRA, L. A. C.; FERREIRA, M. F.; ALMEIDA, G. Á.; OLIVEIRA, G. F. **Recursos de acessibilidade para pessoas com deficiência visual em cadernos digitais de viagens e turismo: uma análise dos jornais Folha de S. Paulo e O Estado de S. Paulo**. Ceará: Passagens: Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Ceará, 2022.

GONZÁLEZ-PEREA, L.; RODRÍGUEZ-ASCASO, A. **Dificultades y retos para periodistas en la producción de contenidos accesibles para Internet**. Espanha: Revista Española de Discapacidad, 2022.

BRASIL, Lei nº 13.146, de 06 de julho de 2015. **Institui a Lei Brasileira de Inclusão da Pessoa com Deficiência** (Estatuto da Pessoa com Deficiência). Brasília, DF, 2015.

GRECO, G. M.; JANKOWSKA, A. **Media Accessibility Within and Beyond Audiovisual Translation**. 2020.

DISCAPNET. **Accesibilidad**. Fundación Once.

W3C, World Wide Web Consortium. **Web Content Accessibility Guidelines (WCAG) 2.1**. 2018.