

Guia de Boas Práticas de Acessibilidade

# Comunicação Inclusiva em Monumentos, Palácios e Museus

---

# Ficha **técnica**

---

## **Coordenação**

Clara Mineiro

## **Conteúdos**

Ana Garcia  
anagarcia@accessibleportugal.com  
Accessible Portugal, Lisboa

Clara Mineiro  
cmineiro@dgpc.pt  
Departamento de Estudos, Projetos e Obras (DEPOF)  
Direção Geral do Património Cultural (DGPC), Lisboa

Josélia Neves  
jneves@qf.org.qa  
Hamad Bin Khalifa University (HBKU), Qatar

## **Pictogramas**

Carlos Neves  
geral@idea.pt  
idea – informática e design lda. Leiria

## **Paginação**

Divisão de Documentação, Comunicação e Informática (DDCI)  
da DGPC, Lisboa

## **Créditos fotográficos**

Direção Geral do Património Cultural (DGPC)

## **Edição**

Turismo de Portugal, I. P.  
Direção Geral do Património Cultural

Junho de 2017

---

# Índice

---

|                                                                            |     |                                                                                       |
|----------------------------------------------------------------------------|-----|---------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. Introdução                                                              | 4   |    |
| 2. Clarificação de conceitos                                               | 8   |    |
| 3. O potencial de mercado                                                  | 14  |    |
| 4. Públicos-alvo                                                           | 18  |    |
| 5. Deficiências, incapacidades e necessidades específicas                  | 20  |    |
| 6. Fatores de sucesso de um projeto de comunicação inclusiva               | 35  |    |
| 7. Técnicas a aplicar no desenvolvimento dos produtos                      | 38  |    |
| 8. Do diagnóstico à implementação                                          | 44  |    |
| 9. Avaliação diagnóstica                                                   | 46  |    |
| 10. Produtos a desenvolver para uma comunicação inclusiva                  | 48  |    |
| 11. Pictogramas relativos aos recursos de acessibilidade                   | 85  |  |
| 12. Matriz informativa                                                     | 90  |  |
| 13. Matriz de ficha de diagnóstico para avaliação da acessibilidade        | 92  |  |
| 14. ANEXO 1 - Legislação                                                   | 94  |  |
| 15. ANEXO 2 - Alguns prestadores de serviços e fornecedores de equipamento | 97  |  |
| 16. ANEXO 3 - Bibliografia                                                 | 101 |  |

---

# 1 Introdução

---

|                                                                            |   |
|----------------------------------------------------------------------------|---|
| 1.1. A experiência global é multissensorial                                | 5 |
| 1.2. Acessibilidade como um serviço global, abrangente e integrado         | 6 |
| 1.3. Relevância desta abordagem para os monumentos, palácios e museus      | 6 |
| 1.4. Consultoria por parte de pessoas e organizações ligadas à deficiência | 7 |

Com este Guia de Boas Práticas de Acessibilidade sobre Comunicação Inclusiva em Monumentos, Palácios e Museus pretendemos fazer uma síntese dos conceitos que estão na base desta abordagem à comunicação, enumerar produtos que sejam essenciais para haver maior diversidade de oferta e sistematizar os processos a seguir para desenvolver cada um deles. Esses procedimentos técnicos são aplicáveis e adaptáveis a qualquer espaço cultural que se queira abrir a novos públicos. As boas práticas referidas não esgotam os exemplos existentes, pelo que a DGPC e o Turismo de Portugal terão todo o interesse em conhecer e divulgar outras experiências de comunicação acessível e inclusiva em Monumentos, Palácios e Museus.

### **1.1. A experiência global é multissensorial**

Os públicos que visitam os monumentos, palácios e museus são muito diversificados. Têm necessidades específicas relacionadas com fatores como a sua nacionalidade, idade, condição de saúde, o seu contexto social, económico, cultural ou étnico e o seu perfil educativo. Em qualquer caso, é a qualidade da experiência vivida durante a visita que determinará na pessoa um impacto positivo ou negativo, marcante ou sem significado.

Para ser completa e marcante, a comunicação museológica e patrimonial deve apelar aos vários sentidos, para que cada um possa fruir a experiência da forma que mais lhe for conveniente. Pelo simples facto de se fazer apelo aos principais sentidos, temos em conta os diferentes estilos de aprendizagem, providenciando experiências válidas para visitantes que, por exemplo, dependem mais do que veem, do que ouvem ou do que tocam, para apreender o mundo que os cerca. Esta estratégia de comunicação multissensorial e multimodal propõe respeitar o ser humano de forma global, oferecendo-lhe múltiplas oportunidades de aprendizagem.

O Património deve ser vivido e apreendido de forma segura e confortável para que cada um possa integrar um novo conhecimento no conhecimento existente, vivenciando esse processo de aprendizagem de forma simples e agradável. Esse bem-estar tem, ao mesmo tempo, um carácter emocional que potencia a aquisição e a retenção do conhecimento. Sempre que uma visita é memorável, ela multiplica-se na forma de lembrança, recomendação ou mesmo num regresso ao local para novas experiências.

Em suma, pretendemos que os visitantes destes recursos turísticos e culturais possam ter uma experiência marcante que os transforme, também eles, em embaixadores da Cultura Portuguesa.

## **1.2. Acessibilidade como um serviço global, abrangente e integrado**

Com este enquadramento em mente, pretendemos contribuir com este Guia para que, em Portugal, se implementem soluções de comunicação inclusiva, úteis a todas as pessoas. Se, em vez de ter uma postura intrusiva e impositiva, o prestador de serviços focar a sua atenção no visitante e optar por uma atitude pró-ativa, quem chega a um monumento, palácio ou museu encontrará alternativas que lhe permitirão fazer as suas escolhas e tomar decisões individuais.

Para prestar um serviço que vá ao encontro das expectativas de todos os públicos, incluindo aqueles com necessidades específicas, é necessário conhecer o seu perfil e as suas características.

## **1.3. Relevância desta abordagem para os monumentos, palácios e museus**

Tendo em vista a diversidade dos atuais visitantes aos nossos espaços culturais e o envelhecimento da população, frequentemente associado ao aumento da deficiência e incapacidade, esta abordagem à “comunicação para todos” é uma oportunidade para atrair maiores fluxos turísticos nacionais e internacionais para os monumentos, palácios e museus. Simultaneamente, apresenta-se como uma excelente oportunidade para qualificar a oferta turística, colocando estes espaços ao nível das melhores práticas a nível nacional e internacional, com a visibilidade que isso implica.

As ações/estratégias que propomos neste Guia devem ser vistas como sugestões para a criação de condições essenciais sobre as quais cada um destes espaços culturais poderá vir a desenvolver novas ações de inclusão entendidas como necessárias ao seu contexto específico.

#### **1.4. Consultoria por parte de pessoas e organizações ligadas à deficiência**

Uma abordagem com estas características deve ser acompanhada por pessoas com deficiência, dentro do espírito da máxima *Nothing about us without us* [Nada sobre nós sem nós].

Numa 1.ª fase, poderá ser solicitado às associações representativas das diferentes áreas de deficiência a validação do trabalho a fazer e das opções propostas. As entidades a contactar para validação da qualidade podem ser as seguintes: Associação dos Cegos e Amblíopes de Portugal (ACAPO), Federação Portuguesa das Associações de Surdos (FPAS), Federação Nacional de Cooperativas de Solidariedade Social (FENACER-CI) e a Associação Rede de Universidades da Terceira Idade (RUTIS).

É boa prática criar um Grupo Consultivo que integre pessoas com deficiência para avaliar e testar as soluções antes, durante e no final da sua produção e implementação. Desejavelmente devem ser pessoas que se interessem por Arte e Cultura e que, de alguma forma, já tenham experiência em projetos de inclusão e acessibilidade cultural. Estas pessoas poderão depois tornar-se grandes dinamizadoras dos recursos disponibilizados.

---

# 2 Clarificação de conceitos

---

|                                                     |    |
|-----------------------------------------------------|----|
| 2.1. Turismo Patrimonial Acessível                  | 9  |
| 2.2. Acessibilidade e inclusão                      | 9  |
| 2.3. Design Universal e experiência pessoal         | 10 |
| 2.4. Deficiência, incapacidade e diversidade humana | 12 |

## 2.1. Turismo Patrimonial Acessível

O conceito de *Turismo Patrimonial Acessível* nasce da fusão das noções de *Turismo Cultural*, *Turismo Acessível* e *Turismo para Todos*, enquanto coloca o enfoque na visita turística a monumentos, palácios e museus, que são espaços culturais de carácter patrimonial.

Este conceito enquadra-se na questão mais abrangente das necessidades decorrentes da diversidade humana. Quando falamos em acessibilidade para todos pensamos logo em pessoas com deficiência ou incapacidade. Mas atualmente a palavra tem um contexto mais alargado em que se incluem pessoas de diferentes idades (da primeira infância à idade maior), com perfis linguísticos e culturais diversos e com diferentes competências ou necessidades específicas. O que está em causa é a capacidade de cada um de nós participar em todos os aspetos da vida em sociedade. O acesso à herança patrimonial e à cultura de um povo é um direito que assiste a toda a pessoa enquanto ser social, localizado num momento e espaço da história da humanidade.

## 2.2. Acessibilidade e inclusão

Frequentemente os conceitos de *acessibilidade* e de *inclusão* são utilizados como sinónimos para designar ações ou atitudes semelhantes. Entendemos estes dois termos como diferentes.

Habitualmente, o termo *acessibilidade* é associado ao uso do espaço físico ou arquitetónico de um local. Mas hoje o conceito é entendido de um modo global e com múltiplas facetas. Aplica-se às estratégias, ações e recursos criados para eliminar barreiras físicas, mas também intelectuais ou sociais, para permitir o usufruto por

parte da maioria das pessoas. Cobre, por isso, campos tão diversos quanto a entrada e circulação no edifício, mas também a sinalética, a comunicação e a divulgação, a segurança, a consultoria, o emprego e voluntariado por parte de pessoas com deficiência ou incapacidade, a formação das equipas, a avaliação das práticas correntes para promover o acesso de todos e a política de gestão relativa a todas estas questões, incluindo o preço do bilhete de entrada. Abrange todos os setores de atividade e a prática quotidiana de todos os funcionários de modo envolvente e transversal na vida das instituições.

Por *inclusão* tomamos o resultado das ações e meios que tornam um meio mais acessível, permitindo que as pessoas se sintam bem-vindas, seguras, confortáveis e envolvidas no local em que se encontram.

### 2.3. **Design Universal e experiência pessoal**

Na expressão *Design Universal*<sup>1</sup>, a palavra **design** (ou desenho) é equivalente à palavra **conceção**. Na verdade, trata-se de conceber objetos, equipamentos e estruturas arquitetónicas mas também de conceber formas de comunicação e de informação que possam ser utilizados pela maioria das pessoas sem adaptações especiais. O conceito traz em si mesmo a ideia de “acessibilidade”, pois quando prevê de raiz a eliminação de barreiras, torna a vida mais simples para todos, independentemente da idade, estatura ou capacidade de cada um. Deste modo, a baixo custo ou sem custos extras, todas as pessoas (incluindo as que têm necessidades especiais, mesmo que temporárias) podem integrar-se totalmente na vida em sociedade.

1 - Também referido como *Design Total*, *Design para Todos* ou *Design Inclusivo*.

Um projeto em Desenho Universal obedece a 7 princípios básicos<sup>2</sup>:

- **Princípio n.º 1 - Uso equitativo:** pode ser utilizado por pessoas com diferentes capacidades;
- **Princípio n.º 2 - Flexibilidade de utilização:** permite escolher a forma de utilização, de acordo com as preferências e capacidades individuais;
- **Princípio n.º 3 - Uso simples e intuitivo:** fácil de compreender, independentemente da experiência, conhecimentos, competências linguísticas ou nível de concentração dos utilizadores;
- **Princípio n.º 4 - Informação perceptível:** comunica de maneira eficaz, apresentando a informação em diferentes formatos (pictográfico, verbal, tátil);
- **Princípio n.º 5 - Tolerância ao erro:** minimiza riscos e consequências negativas que podem resultar de ações acidentais ou involuntárias;
- **Princípio n.º 6 - Esforço físico mínimo:** o utilizador pode manter uma postura corporal neutra que lhe permite o uso confortável, eficaz e com um mínimo de fadiga;
- **Princípio n.º 7 - Dimensão e espaço de abordagem e de utilização:** tem um tamanho e um espaço apropriados para aproximação, alcance, manuseamento e uso, independentemente da estatura, mobilidade ou postura do utilizador.

O Desenho para Todos assume-se, assim, como **instrumento privilegiado para a concretização da acessibilidade** e, por extensão, de **promoção da inclusão social**.

<sup>2</sup> - Mais informações em <http://www.inr.pt/content/1/5/desenho-universal>

Dada a diversidade humana, esta aspiração de servir “a todos” pode não ser atingida. No entanto, ao procurar eliminar barreiras possíveis, quem segue o *design* universal está a criar condições para que um maior número de pessoas possa ter uma *experiência pessoal* harmoniosa ao utilizar determinado objeto, equipamento ou espaço. A experiência pessoal será sempre individual, única e irrepetível, pois dependerá sempre das expectativas e capacidades da pessoa na sua relação com o meio, em determinado momento do seu próprio tempo.

## **2.4. Deficiência, incapacidade e diversidade humana**

Em 2001, a Organização Mundial de Saúde (OMS) publicou um documento intitulado *Classificação Internacional de Funcionalidade, Incapacidade e Saúde*<sup>3</sup>, também conhecida pela sigla CIF.

Esta classificação veio alterar a visão médica com que anteriormente se abordava a deficiência para se focalizar, de forma positiva, naquilo que cada pessoa é capaz de fazer. A CIF desenvolve-se a partir de dois conceitos chave - ‘funcionalidade’ (*functioning*) e ‘incapacidade’ (*disability*), consideradas componentes da ‘saúde’ (*health*) mas abordadas em termos sociais e em relação ao meio em que se encontra. Caracteriza as pessoas atendendo ao desempenho que são capazes de ter relativamente ao que é aceite como estado biomédico normal (padrão). Integra o modelo médico da deficiência com o modelo social, numa abordagem mista ou biopsicossocial em que a ‘funcionalidade’ ou ‘incapacidade’ têm fatores biológicos, psicológicos e sociais.

3 - Tradução portuguesa de *International Classification of Functioning Disability and Health (ICF)* (WHO, 2001)

Se a classificação é feita em termos da relação da pessoa com o meio, ‘funcionalidade’ (*functioning*) é vista como a capacidade para participar nos diversos contextos em que a pessoa se insere.

A ‘incapacidade’ (*disability*) é uma experiência humana universal, uma vez que ao longo da vida todos temos experiências de vários tipos de limitações em atividades e restrições na participação - aspetos negativos da interação entre um indivíduo e o seu contexto (ambiental e pessoal). A ‘deficiência’ (*impairment*) é uma limitação com carácter mais significativo e tendência a ser permanente. A ‘incapacidade’ pode estar relacionada com a ‘deficiência’, mas depende também de fatores exteriores do meio físico, cultural ou social.

‘Deficiência’ (*impairment*) não significa necessariamente ‘incapacidade’ (*disability*) e ambas são aspetos da diversidade humana. Se todos temos ‘deficiências’ ou ‘incapacidades’, cabe à sociedade oferecer alternativas que permitam a plena participação de todos.

Existem diferentes tipos de deficiência ou incapacidade: motora (por exemplo, a perda ou enfraquecimento dos membros ou uma mobilidade limitada), sensorial (cegueira ou baixa visão, surdez ou menor capacidade auditiva) ou intelectual (entre situações severas e outras mais ligeiras, este grupo integra as dificuldades de aprendizagem ou a aprendizagem lenta).

---

# 3 O potencial de mercado

---

|                                             |    |
|---------------------------------------------|----|
| 3.1. Números internacionais e nacionais     | 15 |
| 3.2. O efeito potenciador dos acompanhantes | 16 |

### 3.1. Números internacionais e nacionais

De acordo com o Relatório Mundial sobre a Deficiência, publicado pela Organização Mundial de Saúde (OMS) em 2011, estima-se que nesse ano mais de mil milhões de pessoas apresentavam alguma forma de deficiência, o que correspondia a cerca de 15% da população mundial. Este número representava um aumento de 5% em relação às últimas estimativas datadas de 1970 e mostravam uma tendência para crescer com o envelhecimento da população. Na verdade, a população mundial está a envelhecer rapidamente. Prevê-se que entre 2000 e 2050, o número de pessoas com mais de 60 anos aumente de 605 milhões para 2 mil milhões, subindo de 11% para 22%, e que o número de pessoas com mais de 80 anos quadruplique, chegando perto dos 400 milhões (OMS, 2012).

Estudos da Comissão Europeia (EC, 2014) estimam que na União Europeia existam 138,6 milhões de pessoas com necessidades específicas, divididas em dois grandes grupos: cerca de um terço (35,9%) são pessoas com deficiência com idades compreendidas entre os 15 e os 64 anos e os restantes dois terços (64,1%) têm incapacidades por terem uma idade superior a 65 anos. Podemos também inferir deste estudo que na Europa o número de pessoas com limitações por força da idade está muito perto do número de pessoas com deficiência. Ou seja, **cerca de 94 milhões os Europeus apresentam limitações que afetam a sua vida quotidiana e a forma como viajam**. Este número representa cerca de **19% da população residente nos países da União**.

A evolução demográfica em Portugal vai no mesmo sentido. Em Portugal, numa análise aos Censos 2001, o Instituto Nacional de Estatística estimou que 6% da população residente apresentava algum tipo de deficiência. Mas com base nos Censos 2011 alargou para 18% a população com 5 ou mais anos de idade com muita dificuldade para realizar, pelo menos, uma das 6 atividades diárias básicas (INE, 2012).

Podemos cruzar estes indicadores com os dados fornecidos pela European Network for Accessible Tourism (ENAT, 2014), estimando que existam atualmente **cerca de 127 milhões de Europeus com algum tipo necessidade especial durante a sua experiência turística**. Um turismo acessível com enfoque nas pessoas com deficiência e nas pessoas mais idosas pode ter um grande potencial, se pensarmos que essas pessoas trarão consigo os seus familiares e amigos e passarão palavra sobre uma boa experiência vivida.

Seja como for, a longevidade está a crescer significativamente no mundo. Prevê-se que em 2050 um terço da população mundial tenha mais de 60 anos, sendo que Portugal é atualmente o 7.º país mais envelhecido do mundo (*Fonte: Eurostat*). A Organização Mundial do Turismo (OMT), por sua vez, considera o turismo de terceira idade como “aquele praticado por pessoas com mais de 50 anos, aposentados ou não, que dispõem de bastante tempo livre ocioso”. Uma outra abordagem classifica as pessoas entre os 55 e os 64 anos de idade como “seniores jovens” ou *Young Seniors*, as pessoas entre os 65 aos 74 anos são os “seniores” e as pessoas com mais de 75 anos os “seniores mais velhos”.

### 3.2. O efeito potenciador dos acompanhantes

No que diz respeito à quantificação deste segmento de mercado, é relevante o efeito dos acompanhantes, uma vez que a maioria dos turistas prefere viajar acompanhado. O estudo da Comissão Europeia mencionado anteriormente (EC, 2014) refere ainda que **as pessoas com necessidades especiais viajam em média com 1,9 acompanhantes**. Como é natural neste tipo de grupos, as pessoas com maiores dificuldades são as que mais influenciam as escolhas do conjunto. Assim, partindo dos 94 milhões referidos acima, podemos admitir com realismo que **cerca de 180 milhões de turistas europeus** são potenciais consumidores de **um turismo acessível e inclusivo**.

O mesmo estudo mostra que na União Europeia aproximadamente 45% das pessoas com necessidades específicas viajou no último ano, sendo que essa percentagem é substancialmente mais elevada nos países mais desenvolvidos. A maior parte das viagens é realizada no próprio país, mas as viagens internacionais já apresentam valores que rondam os 25% do total. Por outro lado, há evidências que mostram que estes valores poderiam aumentar significativamente com uma melhoria das condições de acessibilidade.

Um património mais acessível e inclusivo representa um serviço global de maior qualidade, com impacto na vida das pessoas que o visitam. É um enorme potencial com retorno, que mais tarde ou mais cedo se refletirá em maior divulgação, aumento do número de visitantes e maior base de sustentabilidade das instituições.

---

# 4 Públicos-alvo

---

Sugerimos neste Guia soluções de comunicação para todos, mas daremos especial atenção a estratégias de comunicação orientadas para certos públicos-alvo específicos, uma vez que ao oferecer alternativas específicas a estes grupos, estaremos a abranger todo o tipo de visitante.

Os públicos-alvo das propostas de comunicação apresentadas neste Guia são essencialmente pessoas com incapacidade. No entanto, serão também abordadas soluções para outros públicos não categorizados na base de uma deficiência, mas sim decorrente de uma condição linguística, cultural, económica ou mesmo social. Em termos genéricos, serão abordadas questões relacionadas com os seguintes perfis:

- **Pessoas com deficiência ou incapacidade sensorial** (visual e auditiva), independentemente da idade. Pessoas com baixa visão, com cegueira total e pessoas com surdez parcial ou total. Relativamente à **deficiência ou incapacidade intelectual**, pessoas com dislexias, deficiência do espectro do autismo, dificuldades de aprendizagem e problemas de saúde mental. A estes perfis poderemos juntar questões de locomoção e mobilidade, sempre que as barreiras sentidas por pessoas com **deficiência física ou incapacidade motora** possam ser impeditivas de uma comunicação eficaz.
- **Pessoas de nacionalidade estrangeira**, (com ou sem deficiência ou incapacidade), que beneficiarão tanto dos materiais multilingues como das soluções multissensoriais que potenciam uma comunicação que vai para além da componente linguística.
- **Pessoas com baixa literacia ou baixo nível cultural** (sem hábitos de consumo cultural ou com baixo nível de escolaridade), para quem a linguagem simples é essencial e os conteúdos centrados nas vivências do passado poderão ser apelativos por comparação com o quotidiano do próprio visitante.
- **Pessoas com mais de 65 anos ou seniores**, com tempo livre e possibilidade de fazerem permanências mais longas, mais frequentes e menos sazonais. Estas pessoas preferem a época baixa, têm disponíveis todos os dias úteis do ano e são atraídas por destinos muito variados ou por experiências muito diversas (entre elas, a de conhecer novos locais de interesse cultural e patrimonial).

---

# 5

## **Deficiências, incapacidades e necessidades específicas**

---

|      |                                                    |    |
|------|----------------------------------------------------|----|
| 5.1. | Deficiência ou incapacidade visual                 | 21 |
| 5.2. | Deficiência auditiva                               | 24 |
| 5.3. | Deficiência ou incapacidade motora                 | 28 |
| 5.4. | Deficiência intelectual e/ou limitações cognitivas | 30 |
| 5.5. | Pessoas seniores com limitações de várias ordens   | 32 |

Dada a relevância destas soluções para pessoas com incapacidade ou deficiência, vamos a seguir detalhá-las:

## **5.1. Deficiência ou incapacidade visual**

A deficiência visual é a perda ou redução da capacidade visual, com carácter definitivo, que não pode ser melhorada ou corrigida com o uso de lentes e/ou tratamento clínico ou cirúrgico. As limitações do campo visual abrangem não apenas a cegueira total, mas igualmente a visão parcial. Neste caso, a pessoa possui baixa visão ou visão residual.

Apenas uma percentagem limitada de pessoas com deficiência visual é totalmente cega. Destas pessoas cegas, algumas terão memória visual porque já viram, tendo, por isso, padrões de referência diferentes de pessoas cegas que nunca tenham visto. Este aspeto é relevante para efeitos de audiodescrição e explicações verbais.

### **5.1.1. Como lidar com pessoas cegas**

- Apresente-se quando se aproxima de uma pessoa cega.
- Fale-lhe diretamente e não ao acompanhante.
- Se não souber o seu nome, quando se aproximar toque-lhe levemente no braço para que a pessoa saiba que se está a dirigir a ele(a).

- Antes de ajudar uma pessoa cega, pergunte-lhe sempre se quer ser ajudada e como.
- Não eleve o seu tom de voz, uma pessoa cega não é necessariamente surda.
- Evite expressões de espanto quando alguma pessoa cega executar uma das muitas tarefas habituais do seu dia-a-dia.
- Não se iniba de usar as palavras “veja”, “olhe” ou “repare”. São palavras que correspondem a processos que acontecem no cérebro de todos nós, independentemente da visão. As pessoas cegas usam estas palavras com naturalidade.
- Faça referência às formas, cores ou à luminosidade do local.
- Quando conduzir uma pessoa cega:
  - Ofereça-lhe o seu braço direito dobrado e coloque-se ligeiramente à frente da pessoa cega. A maioria prefere ser conduzida agarrando o braço do guia na zona do cotovelo. Por vezes, as pessoas cegas preferem colocar a mão no ombro de quem guia.
  - Ao chegar junto a degraus, faça uma pausa e informe a pessoa se os degraus sobem ou descem. Nunca indique o número de degraus, porque um erro de cálculo pode originar acidentes.
  - Utilize as noções espaciais de esquerda e direita, em frente, para trás, meia volta e um quarto de volta. Mas evite termos como “aqui”, “ali”, “acolá”, que nada dizem a uma pessoa cega.
- Antes de se afastar, informe a pessoa que se vai retirar. É desagradável para uma pessoa cega continuar a falar com alguém que já não se encontra perto.

### 5.1.2. Estratégias para comunicar com uma pessoa cega na sua visita

- Forneça na primeira página do seu *site* informação precisa e atual sobre as características e o grau de acessibilidade do lugar (existência de lugar para estacionar, rampas, elevadores, instalações sanitárias adaptadas, etc.) e da coleção (existência de percurso tátil, de objetos 3D e 2D<sup>1/2</sup> para tocar, textos em linguagem simples também impressos em letras ampliadas e em Braille, audioguias visitas e guiadas com descrição, etc.) Uma pessoa cega precisa de saber que o espaço e a coleção são acessíveis a visitantes com as suas necessidades.
- Aceite sem problemas a utilização de produtos de apoio como as bengalas, os cães de assistência ou outros de que a pessoa necessite para seu conforto.
- Comunique sempre com base numa contínua troca de informação oral.
- Proporcione-lhe a possibilidade de tocar nos objetos originais (tatear) para melhor os identificar. Se isso não for possível, disponibilize réplicas feitas, se possível, no mesmo material.
- Prepare informação em Braille. Esse recurso cumpre a mesma função que a informação impressa desempenha para um visitante normovisual.
- Tenha uma boa iluminação dentro dos espaços de visita e equipamento com contrastes cromáticos em relação ao contexto envolvente. Isso possibilita um maior grau de autonomia e segurança.
- Crie guias plantares utilizando materiais com diferentes texturas no chão, criando assim corredores de circulação.

- Faça uma descrição clara do meio físico que rodeia a pessoa cega, para que ela possa elaborar uma imagem mental do percurso e dos obstáculos. Isso facilitará a deslocação.
- Disponibilize informação em audioguias com descrição (guias descritivos).
- Dê atenção prioritária aos visitantes cegos em casos de emergência.

## 5.2. Deficiência auditiva

A deficiência auditiva pode ocorrer em qualquer idade e pode estar relacionada com fatores de natureza hereditária ou congénita (malformações ou alterações morfológicas), que se manifestam aquando do nascimento ou decorrentes de doenças ou acidentes. Às pessoas com deficiência auditiva costumamos chamar surdos.

No mundo anglo-saxónico, a palavra Surdo (*Deaf*, com letra maiúscula) usa-se para nos referirmos às pessoas da comunidade surda que usam a Língua Gestual como língua materna – ou porque nasceram sem ouvir, ou porque perderam essa capacidade muito cedo. Em contraponto, a palavra surdo (*deaf*, com letra minúscula) usa-se em relação a todas as outras pessoas com deficiência auditiva que foram falantes durante grande parte da sua vida e cuja língua materna é a língua oral do país, mesmo que apresentada em forma escrita. Neste documento usaremos o termo Surdo e surdo para fazer a distinção acima referida.

A consequência mais grave da deficiência auditiva profunda ou congénita é a dificuldade de comunicação relacionada com o desenvolvimento da fala – quem não ouve tem dificuldade em reproduzir sons que nunca ouviram ou que ouvem mal para articular palavras e falar. Por isso, muitas pessoas que têm dificuldades auditivas também podem ter mais dificuldades na compreensão e na expressão oral. Em alguns casos, estas pessoas podem aprender a fazer leitura labial, o que lhes permite compreender a língua falada através da observação dos movimentos dos lábios do seu interlocutor. As dificuldades estendem-se também à expressão escrita e à compreensão da mensagem escrita. Por isso, é fundamental disponibilizar informação sintética em linguagem simples, tanto oral como escrita, para estas pessoas.

Muitas pessoas usam próteses auditivas ou outro tipo de produtos de apoio e comunicam com a língua oral. Mas as pessoas Surdas utilizam como língua natural a Língua Gestual para comunicar entre si. Em Portugal, utiliza-se a Língua Gestual Portuguesa (LGP), uma língua de pleno direito com uma gramática e estrutura próprias. Cada país tem a sua língua gestual nacional e como língua estrangeira, as pessoas Surdas podem recorrer ao Gesto Internacional, um sistema global que permite uma comunicação eficaz entre um grande número de pessoas Surdas, independentemente da sua origem geográfica, um sistema global que permite uma comunicação eficaz entre um grande número de pessoas Surdas, independentemente da sua origem geográfica. É aconselhável que em locais turísticos existam pessoas com conhecimentos (mesmo que básicos) de Língua Gestual para acolher melhor estes visitantes.

Habitualmente a pessoa Surda traz consigo um intérprete. Deve usar-se o termo *interpretação* em Língua Gestual em vez de *tradução*, uma vez que a transposição dá-se entre o modo oral e o modo gestual. O termo “tradução” é utilizado quando a transposição se mantém dentro do modo verbal escrito.

### 5.2.1. Como lidar com pessoas s/Surdas

- Coloque-se num lugar bem iluminado para que a pessoa s(S)urda possa ver bem o movimento dos seus lábios ao falar.
- Caso se faça acompanhar de um intérprete, dirija-se sempre à pessoa Surda e não à/ao intérprete. Lembre-se que ela/ele é apenas um intermediário, o seu papel é apenas facilitar a comunicação, não é participar nela.
- Pergunte diretamente à pessoa Surda se entendeu o que lhe quis dizer, nunca ao intérprete.
- Fale ao ritmo habitual.
- “O gesto (não) é tudo” – use as mãos para comunicar, mas também o corpo e a expressão facial.
- Em caso de necessidade, comunique com a pessoa s/Surda escrevendo num papel utilizando frases curtas e claras.

### 5.2.2. Estratégias para comunicar com uma pessoa s/Surda na sua visita

- Forneça na primeira página do seu *site* informação precisa e atual sobre as características e o grau de acessibilidade do lugar (existência de lugar para estacionar, rampas, elevadores, instalações sanitárias adaptadas, etc.) e da coleção (textos em linguagem simples, visitas guiadas com sistema de amplificação de som para quem usa aparelho auditivo, videoguias com interpretação em Língua Gestual, etc.). Uma pessoa s/Surda precisa de saber que o espaço e a coleção são acessíveis a visitantes com as suas necessidades.

- Ajude o intérprete a preparar-se para o trabalho que vai fazer, fornecendo-lhe com antecedência informação que contextualize o assunto. Ele precisa de compreender as matérias em causa para fazer o seu trabalho com qualidade.
- Aproveite a memória visual da pessoa s(S)urda complementando a sua exposição oral com imagens, gráficos, esquemas, formas e cores. Isso ajudará a processar a informação, particularmente ao tratar conceitos novos.
- Se o visitante precisar de se concentrar em materiais escritos ou em processos mecânicos, dê-lhe tempo. Só volte a falar quando a pessoa estiver de novo a olhar para si.
- Organize o que quer dizer, prevendo pequenas pausas a meio. A interpretação gestual é muito exigente e os intérpretes que estiverem a trabalhar de forma contínua precisam de uma pausa após cada 30 minutos.
- Não assuma que o visitante s(S)urdo está a acompanhar e a compreender tudo. Confirme de vez em quando, fazendo-lhe perguntas diretas sobre o assunto em causa.
- Procure posicionar-se num local bem iluminado e evite deambular pelo local enquanto fala. A pessoa s(S)urda poderá precisar de ler os seus lábios.
- Lembre-se que é impossível fazer leitura labial de palavras desconhecidas.
- Para que uma pessoa Surda possa fazer a sua visita com autonomia, prepare informação curta em linguagem simples e disponibilize videoguias em Língua Gestual.
- Dê atenção prioritária aos visitantes s(S)urdos em casos de emergência.

### **5.3. Deficiência ou incapacidade motora**

Um espaço arquitetônico fisicamente acessível é uma condição prévia essencial para que todos possam fruir plenamente da visita a um monumento, palácio ou museu. Ainda que este guia se centre essencialmente na componente comunicativa, para que esta se dê com eficácia será necessário garantir que as pessoas se encontram em segurança e conforto na deslocação dentro do espaço. Por outro lado, há pessoas que para além de incapacidade sensorial/intelectual, podem reunir várias incapacidades, nomeadamente de carácter físico.

Geralmente associa-se a deficiência motora ao uso de cadeira de rodas, mas há muitos outros produtos de apoio para facilitar a mobilidade (canadianas, andarilhos, próteses e ortóteses, bengalas, entre outros) e muitos outros problemas motores para além da tetra ou paraplegia.

Por outro lado, as deficiências motoras podem ter repercussões diretas ou indiretas nos processos de aprendizagem. Estas pessoas poderão ter dificuldade em realizar uma determinada tarefa ou atividade no tempo estipulado para a maioria dos participantes - ler, escrever ou manusear equipamento de forma convencional; participar em atividades práticas que impliquem alguma mobilidade e destreza específica ou manter elevados níveis de concentração devido ao cansaço decorrente de posturas rígidas.

#### **5.3.1. Como lidar com pessoas com deficiência ou incapacidade motora**

- Se presenciar a queda de uma pessoa com deficiência motora, nunca ajude sem primeiro lhe pedir autorização. A pessoa pode preferir levantar-se sozinha.
- Se estiver a acompanhar uma pessoa com deficiência que anda devagar, com auxílio ou não de aparelhos ou bengalas, procure acompanhar o passo dela.

- Não se acanhe em usar palavras como “andar” e “correr”. As pessoas com deficiência motora usam estas palavras com naturalidade.
- Ao lidar com uma pessoa em cadeira de rodas:
  - Pergunte ao seu utilizador se quer a sua ajuda antes de começar a empurrar a sua cadeira. Ela faz parte do espaço corporal da pessoa, é quase uma extensão do seu corpo.
  - Seja prudente quando conduzir uma pessoa em cadeira de rodas. Evite situações incômodas, como esbarrar em obstáculos ou magoar terceiros.
  - Sente-se para ficar ao mesmo nível da pessoa para conversar, ela vai sentir-se mais confortável.
- Ao lidar com uma pessoa com paralisia cerebral:
  - Lembre-se que a paralisia cerebral não é uma doença. Resulta de uma lesão cerebral por ocasião do nascimento (antes, durante ou depois) que causa à pessoa dificuldades no controlo dos movimentos que ocorrem involuntariamente. Mas uma pessoa com paralisia cerebral não é (necessariamente) uma pessoa doente, pode até ser muito saudável.
  - Não há uma ligação direta entre a paralisia cerebral e deficiência cognitiva ou intelectual. Não trate uma pessoa com paralisia cerebral como uma criança ou um deficiente mental.
  - Respeite o seu ritmo, que será mais vagaroso em tudo o que faz, como andar, falar ou pegar em objetos.
  - Tenha paciência ao conversar com uma pessoa com paralisia cerebral, a maior parte destas pessoas tem dificuldade na fala. Nunca termine a frase que a pessoa começou. Dê-lhe tempo para que se possa expressar de forma plena.
- Dê atenção prioritária aos visitantes com problemas de mobilidade em casos de emergência.

### 5.3.2. Estratégias para comunicar com uma pessoa com deficiência ou incapacidade motora na sua visita

- Forneça na primeira página do seu *site* informação precisa e atual sobre as características e o grau de acessibilidade física do lugar (existência de lugar para estacionar, cadeira de rodas para emprestar, lugares frequentes para sentar, rampas, elevadores, instalações sanitárias adaptadas, etc.) e da coleção. Uma pessoa com problemas motores precisa de saber que se vai sentir segura e confortável quando visitar um monumento, palácio ou museu.
- Refira se há cadeiras portáteis e onde há lugares para descansar ao longo do percurso.
- Disponibilize na recepção cadeiras de rodas ou bancos portáteis para emprestar. Divulgue bem essa informação.
- Coloque os objetos e as suas tabelas à distância de 1,50 m / 1,20 m do pavimento.

## 5.4. Deficiência intelectual e/ou limitações cognitivas

A deficiência intelectual ou cognitiva é muitas vezes resultante de problemas genéticos, de complicações na formação do feto ou de problemas durante a gravidez. Esses problemas afetam um conjunto de processos que ocorreram no cérebro como a memória, a categorização de conceitos, a aprendizagem, a resolução de problemas e também a competência linguística. A dificuldade em adquirir novos conhecimentos, em pensar abstratamente e em se adaptar a novas situações pode ter um grande impacto na autonomia da pessoa.

#### **5.4.1. Como lidar com pessoas com deficiência intelectual**

- Não ignore uma pessoa com deficiência intelectual. Dê-lhe atenção e seja natural, fale com ela como faria com qualquer outra pessoa.
- Trate-a com respeito, sem a infantilizar. Se a pessoa for uma criança, trate-a como criança, mas se for adulta, trate-a como tal.
- Não a superproteja. Deixe que faça sozinha tudo o que puder e ajude só quando for realmente necessário.
- Não subestime a sua inteligência. As pessoas com deficiência intelectual levam mais tempo para aprender, mas podem adquirir muitas competências intelectuais e sociais.
- Lembre-se que as pessoas com deficiência intelectual não são implicitamente pessoas com doença mental.

#### **5.4.2. Estratégias para comunicar com uma pessoa com deficiência intelectual na sua visita**

- Forneça na primeira página do seu *site* informação precisa e atual sobre as características e o grau de acessibilidade do lugar (visitas guiadas, objetos para tocar, textos em linguagem pictográfica, etc.). Uma pessoa com deficiência intelectual sentir-se-á mais segura e confortável quando visitar um monumento, palácio ou museu.
- Dirija-se diretamente à pessoa e recorra ao acompanhante só quando for estritamente necessário.
- Adote um estilo de comunicação coloquial e afável, sem ser paternalista.
- Transmita informação simples que resulte da observação direta do objeto ou da obra de arte em exposição.

- Complemente a mensagem utilizando imagens ou pictogramas fáceis de entender.
- Repita as instruções e confirme se a pessoa as compreendeu e memorizou.
- Aposte na autonomia e responsabilização do visitante, sem nunca esquecer a sua segurança.
- Dê atenção prioritária aos visitantes com deficiência intelectual em casos de emergência.

## **5.5. Pessoas seniores com limitações de vária ordem**

O envelhecimento é um processo dinâmico e gradual onde se verificam modificações, a vários níveis, que determinam a progressiva perda da capacidade de adaptação do indivíduo ao meio ambiente, ocasionando uma maior vulnerabilidade.

É um processo lento que se caracteriza pela diminuição progressiva de habilidades motoras, sensoriais e cognitivas. No entanto, apesar de se constatar uma diminuição do equilíbrio e uma menor rapidez na execução dos movimentos, isso pode não significar perda de capacidade de deslocação nem problemas de dependência.

Uma vez que os constrangimentos acabam por aparecer, torna-se essencial saber quais as condições físicas e psicológicas que caracterizam pessoas nesta faixa etária, para compreender as suas necessidades, preferências e expectativas. São condicionantes com impacto no planeamento da visita e na participação em atividades que lhe são dirigidas.

Os sinais do envelhecimento verificam-se a vários níveis: físico (por exemplo, na mobilidade, resistência e equilíbrio), sensorial (por exemplo, na audição e visão), psicológico (por exemplo, na aumento da sensação de solidão e abandono) e cognitivas (por exemplo, na memória).

As pessoas mais velhas apreciam ter agora tempo para finalmente se dedicarem aos seus *hobbies*, muitas vezes associados a viagens. Com mais disponibilidade para fazer turismo fora das épocas altas, procuram cada vez mais atividades ligadas à Cultura e gostam de conhecer as identidades dos territórios visitados e as “estórias” dos locais. Por um lado, sentem grande necessidade de conforto mas, por outro lado, a sua experiência de vida e o aumento das suas fragilidades em virtude da idade tornam-nas mais exigentes na qualidade dos serviços/experiências que lhes são proporcionados. Uma melhor qualidade da oferta turística traduz-se na ação de prestadores de serviços qualificados, espaços ergonomicamente bem pensados e na disponibilização de estratégias e meios de comunicação adaptada e inclusiva.

#### **5.5.1. Como lidar com uma pessoa sénior**

- Respeite as necessidades específicas de cada pessoa.
- Trate-a sempre com deferência.
- Dê-lhe um pouco do seu tempo, proporcionando-lhe oportunidade para contar histórias do seu percurso de vida e as suas experiências pessoais.
- Adote as estratégias de comunicação e utilize os meios que melhor se adequem às suas necessidades específicas (de caráter motor, físico, sensorial, cognitivo ou emocional)

#### **5.5.2. Estratégias para comunicar com uma pessoa sénior na sua visita**

- Forneça na primeira página do seu *site* informação precisa e atual sobre as características e o grau de acessibilidade física do lugar (existência de lugar para estacionar, cadeira de rodas para emprestar, lugares frequentes para sentar, rampas, elevadores, instalações sanitárias adaptadas, etc.). e da coleção (textos em linguagem simples também impressos em letras de tamanho grande, visitas guiadas com sistema de amplificação de som para quem usa aparelho auditivo, etc.). Uma

pessoa sénior precisa de saber que se vai sentir segura e confortável quando visitar um monumento, palácio ou museu.

- Procure conhecer os produtos de apoio que existem no mercado para disponibilizar em caso de necessidade (lupas, amplificadores portáteis, entre outros).
- Numa visita guiada, forneça a informação essencial com clareza e frases simples. Muitas pessoas mais velhas têm dificuldade em memorizar novas informações e adaptar-se a situações diferentes das suas rotinas.
- Pergunte se a pessoa entendeu a informação transmitida, e repita-a de forma diferente se for necessário.
- Sempre que vier a propósito dos conteúdos, integre no discurso oportunidades para a pessoa contar as suas experiências pessoais.
- Organize atividades que promovam a participação ativa, mas com níveis de exigência física adequados e curta duração.
- Preveja oportunidades para sentar e descansar.
- Disponibilize alguma informação em suporte de papel (com letras em grande formato, com bom contraste e pictogramas), sem prejuízo de poderem, também, ser adotados recursos tecnológicos.
- Dê atenção prioritária aos visitantes mais velhos em casos de emergência.

---

# 6 Fatores de sucesso de um projeto de comunicação inclusiva

---

6.1. Equipas

36

6.2. Apoio institucional e financeiro

37

## 6.1. Equipas

Consideramos equipas internas o conjunto de todas as pessoas que trabalha nos vários setores de atividade de cada monumento, palácio ou museu, desde o diretor ao vigilante. Cada uma destas pessoas pode fazer a diferença no âmbito do seu conteúdo funcional e contribuir para o (in)sucesso de um projeto de acessibilidade e inclusão. Há estudos que mostram que a atitude dos profissionais é muitas vezes uma das principais barreiras à inclusão das pessoas com deficiência ou incapacidade (Walters, 2007 e 2008). Por isso, a primeira condição para que um projeto de comunicação inclusiva tenha sucesso é a motivação de toda a equipa interna em contribuir à escala de cada um para que o monumento, palácio ou museu se torne mais inclusivo.

Por oposição, entendemos serem equipas externas as que forem contratadas para desenvolver projetos ou serviços específicos que impliquem um grau de especialização que os membros das equipas internas não têm. A escolha destas equipas tem de ser criteriosa. Sabendo que os projetos deste tipo são pioneiros em Portugal, é importante escolher equipas que já tenham alguma experiência mas que estejam dispostas a construir em conjunto as melhores soluções, mesmo que haja avanços e recuos.

O (in)sucesso de um projeto deste tipo depende, em grande parte, do empenhamento pessoal do Diretor do monumento, palácio ou museu. É essencial que esta pessoa acredite na importância de uma oferta inclusiva e que compreenda a mais-valia de uma abordagem global e integrada. Ao querer o seu espaço sem barreiras (físicas, sensoriais, intelectuais, linguísticas e emocionais), estará a contribuir para que cada visitante se sinta bem-vindo e acolhido. Ao assumir uma postura pró-ativa e de responsabilidade partilhada, estará também a estimular a pro-atividade dos seus colaboradores, que se tornarão agentes de inclusão nas suas diferentes áreas de ação.

## 6.2. Apoio institucional e financeiro

Será também da responsabilidade do Diretor garantir o apoio e os meios para o desenvolvimento de produtos específicos, bem como criar condições para a formação contínua dos seus colaboradores para uma utilização mais eficaz dos produtos a disponibilizar em cada espaço.

É importante que o Diretor enquadre este tipo de projetos nos planos de atividade e orçamentos previstos para cada ano, e que as equipas identifiquem eventuais apoios financeiros complementares para os viabilizar - como é o caso da Linha de Apoio ao Turismo Acessível do Turismo de Portugal (Despacho normativo n.º 11/2016) ou eventuais parceiros e mecenases (entre outros, associações locais que representam pessoas com deficiência, municípios, entidades regionais de turismo, empresas ou estabelecimentos comerciais locais).

Um dos fatores de sucesso de um projeto de comunicação inclusiva é uma colaboração construtiva e interativa entre os membros das equipas internas e externas.

### Não esquecer

*Caberá ao Diretor:*

- Clarificar os objetivos, definir metodologias e elencar os produtos a criar.
- Motivar a sua equipa.
- Escolher um membro da equipa para coordenar o projeto e subprojectos.
- Definir com a sua equipa um percurso de visita mínimo a tornar mais acessível por via deste projeto. Este percurso deve incluir os espaços e as peças mais importantes.
- Escolher com a sua equipa as peças que irão ser abordadas e determinar com ela as estratégias comunicativas a adotar em cada um dos casos.
- Apoiar o desenvolvimento de estratégias e produtos de comunicação acessível.
- Apoiar a formação dos seus colaboradores.
- Apoiar a inclusão de grupos consultivos com pessoas com deficiência e da ação voluntária destas pessoas na promoção dos serviços/estratégias de comunicação inclusiva.

---

# 7 Técnicas a aplicar no desenvolvimento dos produtos

---

|                                             |    |
|---------------------------------------------|----|
| 7.1. Escrita simples, leitura fácil         | 39 |
| 7.2. Escrita pictográfica                   | 40 |
| 7.3. Tradução interlinguística              | 40 |
| 7.4. Interpretetação em Língua Gestual      | 40 |
| 7.5. Legendagem                             | 41 |
| 7.6. Audiodescrição                         | 41 |
| 7.7. Escrita em formatos aumentados         | 42 |
| 7.8. Braille e relevo 2D½                   | 42 |
| 7.9. Relevo 3D                              | 42 |
| 7.10. Jogos e experiências multissensoriais | 42 |
| 7.11. Visitas virtuais                      | 43 |

A filosofia do **Desenho Universal** (ou *Design for All*) estará na base da concepção de todos os produtos, serviços e ambientes, de modo a que sejam usáveis **pelo maior número possível de pessoa** - independente da idade ou condição de saúde. Na consciência de que nenhuma solução serve a todos, a abordagem aqui defendida é a da “transformação graciosa” da informação, permitindo que determinada mensagem possa ser traduzida e apresentada em diversos formatos para que qualquer pessoa possa utilizar aquele que se adapta às suas próprias necessidades.

Uma abordagem comunicativa assente no **multiformato** prevê que a mesma mensagem possa ser apresentada de diversas formas, através de diferentes meios e utilizando técnicas distintas mas complementares: escrita simples, impressão genérica a negro, impressão ampliada e com alto contraste, impressão em Braille, versão digital acessível e passível de conversão e adaptação a outros formatos específicos. A transposição de significados implicará adaptações em função do perfil dos utilizadores preferenciais a que cada formato se destina, sem que se limite exclusivamente a eles.

## **7.1. Escrita simples, leitura fácil**

A linguagem ou escrita simples está na base de todas as estratégias de comunicação. A técnica da escrita simples é utilizada para apresentar conteúdos de forma clara e de fácil compreensão, usando uma linguagem próxima da linguagem falada sem que, com isso, se minimize a carga informativa ou se desvirtue o rigor científico dos conteúdos. A escrita simples potencia a leitura por parte de todas as pessoas, mas é particularmente útil a quem tem um menor domínio da língua portuguesa, a crianças e a pessoas com surdez ou deficiência intelectual. No âmbito de um projeto de comunicação acessível, a linguagem simples deve ser usada em todo e qualquer texto (folhetos, textos de parede, folhas de sala, audioguias, etc.). A linguagem simples ganha em ser associada a um **texto de tipo jornalístico**, isto é, um texto em que a informação mais apelativa é reunida no primeiro parágrafo para

prender a atenção do leitor, como se fosse o *lead* de uma notícia. A restante informação vem depois, deixando-se para o fim aquela que for menos relevante.

## 7.2. Escrita pictográfica

A **escrita pictográfica** serve para que pessoas com deficiência cognitiva ou com dificuldades de aprendizagem possam ter acesso à informação utilizando um sistema de símbolos, por exemplo, o Sistema de Símbolos Pictográficos para a Comunicação (SPC). Com esta técnica, mensagens complexas são reescritas de forma extremamente simples e traduzidas para frases visuais simples, compostas por pequenos desenhos codificados (pictogramas) que se referem aos principais conceitos a transmitir.

## 7.3. Tradução interlinguística

A **tradução** é a técnica que transpõe textos escritos para diferentes línguas estrangeiras. Será aplicada em **vários formatos, por exemplo**, nos materiais impressos, nos audioguias, nos *sites*, entre outros.

## 7.4. Interpretetação em Língua Gestual

A **interpretação em Língua Gestual** é a adaptação de textos orais para textos gestuais, usando a língua natural das pessoas Surdas, que em Portugal é a **Língua Gestual Portuguesa (LGP)**. **Não existe uma língua gestual universal, havendo tantas línguas gestuais quanto línguas orais. Para tornar as mensagens aces-**

**síveis a pessoas** Surdas estrangeiras, os textos escritos poderão ser traduzidos e transpostos para o Gesto Internacional.

## 7.5. Legendagem

A **legendagem** consiste na apresentação de legendas – texto escrito em uma ou duas linhas – em material audiovisual (por exemplo, filmes) contendo os diálogos e, quando dirigida a pessoas surdas, informação relevante sobre os efeitos sonoros. A legendagem pode ser numa língua diferente da do texto original (legendagem interlinguística) ou igual à língua do texto original (tradução intralinguística). É particularmente útil para visitantes estrangeiros, pessoas surdas ou para a exibição de filmes em locais de muito movimento e barulho.

## 7.6. Audiodescrição

Sempre que alguém descreve verbalmente alguma coisa estará a fazer **audiodescrição**<sup>4</sup>. Na verdade, usamos esta técnica no nosso dia-a-dia sem nos darmos conta disso, mas ela é essencial para que as pessoas com deficiência visual possam *ver com palavra* - ou seja, possam construir uma imagem mental da realidade a partir das palavras que a descrevem.

A descrição de imagens estáticas ou em movimento serve tanto a pessoas que não as possam ver por serem cegos ou terem baixa visão como a pessoas que simplesmente não **têm** acesso visual por força das circunstâncias – por exemplo, certos telemóveis eliminam as imagens da Internet para tornar o conteúdo mais leve. Em

4 - <http://www.acessibilidade.gov.pt/arquivo/500>

contexto museológico, a audiodescrição surge essencialmente em audioguias ou guias multimedia mas pode também ser apresentada em formato escrito.

### 7.7. Escrita em formatos aumentados

A apresentação de texto com **letras em tamanho aumentado e com alto contraste** é uma técnica especialmente útil para pessoas com baixa visão ou daltonismo. A possibilidade de **inversão de cores em ecrãs** (por exemplo, escrita branca sobre fundo negro) e da **escolha de contrastes** (por exemplo, amarelo sobre negro) aumentará a legibilidade de materiais em formato digital. A mesma técnica poderá ser utilizada em materiais impressos.

### 7.8. Braille e relevo 2D<sup>1/2</sup>

O **Braille e o relevo 2D<sup>1/2</sup>** consistem na apresentação de imagens visuais (texto escrito, imagens, mapas, plantas, etc.) em impressão bidimensional tátil. Textos impressos em Braille, desenhos de linha simples e manchas gráficas texturizadas permitem que pessoas cegas possam aceder a mensagens iminentemente visuais.

### 7.9. Relevo 3D

O relevo 3D diz respeito à reprodução tridimensional à escala (idêntica ou reduzida) de objetos ou detalhes arquitetónicos impercetíveis à vista. Maquetes, réplicas e reconstituições são materiais táteis 3D particularmente úteis para pessoas cegas e pessoas com incapacidade intelectual.

### **7.10. Jogos e experiências multissensoriais**

A interpretação multissensorial permite que pessoas decodifiquem mensagens através de vários sentidos (incluindo aqueles menos utilizados na comunicação convencional, como seja o olfato e o paladar). A possibilidade de interagir com o meio, por exemplo através de jogos, construções, entre outros, permite a ativação de vários sentidos em simultâneo, potencia a interação social e a estimula o bem-estar e estabilidade emocional. A interatividade, seja ela humana, digital ou analógica levará sempre a um maior envolvimento com o meio. As experiências multissensoriais são do especial agrado de crianças (com ou sem deficiência).

### **7.11. Visitas virtuais**

Com uma sucessão de imagens estáticas (fotografias) ou em movimento (filmes), com recurso a tecnologias vídeo e áudio, uma pessoa pode fazer uma visita virtual a espaços não acessíveis no conforto de sua casa se tiver acesso à Internet. As visitas virtuais cobrem o espaço num ângulo de 360° a partir de um ponto fixo e permitem a ampliação da imagem de modo a que pormenores distantes se tornem visíveis com todo o detalhe.

Sempre que possível sugerimos a utilização de câmaras que permitam a visualização em tempo real de paisagens cujo acesso é difícil ou mesmo impossível para pessoas com algum tipo incapacidade. As visitas virtuais podem incluir audiodescrição, legendagem para Surdos, ou interpretação em Língua Gestual.

---

# 8 Do diagnóstico à implementação

---

Um conhecimento global do contexto em que se quer implementar uma abordagem inclusiva permitirá tomar decisões quanto às prioridades, abordagens e estratégias a seguir. Dada a quantidade e diversidade de estratégias possíveis, torna-se necessário ter uma visão do todo para depois podermos trabalhar as partes de forma focalizada. Por isso, uma ação eficaz assentará na **estrutura do trabalho de projeto** que passará por diferentes fases, recorrerá a diferentes agentes e equipas, e terá objetivos específicos, seguirá métodos adequados para atingir outputs concretos.

Em termos globais, qualquer projeto de comunicação acessível e inclusiva deve passar pelas seguintes fases:

|                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|-------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Diagnóstico</b>                  | Caracterizar o espaço, meio, contexto.<br>Identificar barreiras.<br>Identificar as mais-valias.<br>Caracterizar os públicos.                                                                                                                                                                                                                           |
| <b>Planificação global</b>          | Clarificar os objetivos.<br>Identificar claramente as estratégias a seguir.<br>Definir o(s) enfoque(s).<br>Identificar os materiais ou ações a desenvolver.<br>Identificar os meios (físicos e humanos) existentes ou a contratar.<br>Criar equipas internas e externas.<br>Calendarizar ações.<br>Prever dificuldades e delinear planos alternativos. |
| <b>Desenvolvimento por elemento</b> | Planificar o processo de desenvolvimento, à semelhança da planificação global.<br>Elaborar uma matriz informativa, base para a criação de todos os produtos.<br>Criar protótipo(s) de cada produto.<br>Validar os protótipos com Grupos Consultivos.<br>Criar soluções mais adequadas.                                                                 |
| <b>Implementação</b>                | Planificar um período experimental.<br>Observar a utilização das soluções para avaliação da eficácia.<br>Reunir sugestões para melhoramento.<br>Discutir formas de melhoramento com grupos internos e externos.<br>Implementar melhoramentos.                                                                                                          |
| <b>Manutenção</b>                   | Manter uma avaliação periódica das soluções implementadas.<br>Garantir uma boa manutenção dos meios em oferta.<br>Implementar subciclos de ação para o melhoramento de ações ou dos meios.                                                                                                                                                             |

---

# 9 **Avaliação diagnóstica**

---

Qualquer intervenção no sentido de promover a inclusão em espaços patrimoniais só será possível se for feita uma avaliação diagnóstica rigorosa. Essa avaliação inicial servirá para identificar as forças e as fragilidades do contexto em que se quer implementar uma estratégia de comunicação inclusiva. Dará também conta daquilo que torna cada espaço único ou especial e servirá de ponto de partida para que tudo possa ser criado de forma a respeitar a história que se quer contar em cada local.

Uma vez diagnosticado o ponto de partida e estabelecidos os objetivos para a intervenção, é necessário compilar todo o material que possa servir de base à criação de formatos alternativos e estratégias de comunicação inclusiva.

---

# 10 **Produtos a desenvolver**

---

|        |                                                |    |
|--------|------------------------------------------------|----|
| 10.1.  | Um site acessível                              | 49 |
| 10.2.  | Visita virtual                                 | 57 |
| 10.3.  | Informação genérica e promocional multiformato | 61 |
| 10.4.  | Sinalética local acessível                     | 63 |
| 10.5.  | Representações táteis                          | 65 |
| 10.6.  | Ficheiros áudio multilingues                   | 74 |
| 10.7.  | Ficheiros vídeo bilingues em Língua Gestual    | 76 |
| 10.8.  | Aplicações multimédia                          | 78 |
| 10.9.  | Material em Linguagem Pictográfica             | 79 |
| 10.10. | Informação sobre as soluções de acessibilidade | 81 |
| 10.11. | Divulgação                                     | 84 |

## 10.1. Um *site* acessível

O primeiro contacto que um visitante tem com um monumento, palácio ou museu é provavelmente através do seu *site*. Em Portugal, a Unidade ACESSO da Fundação para a Ciência e a Tecnologia (FCT) é uma referência relativamente à acessibilidade eletrónica para pessoas com necessidades especiais. Para informações mais detalhadas sobre o assunto, recomendamos que consulte o *site* deste organismo<sup>5</sup>.

Existem três níveis de acessibilidade para os *sites* identificados com as siglas: A, AA (duplo A) e AAA (triplo A). Estas siglas traduzem o grau de conformidade com as recomendações das WCAG 2.0 (*Web Content Accessibility Guidelines 2.0*), cuja versão portuguesa foi recentemente publicadal<sup>6</sup>. Embora não seja uma obrigação com força de lei, é desejável que os *sites* de todas as instituições públicas tenham pelo menos o nível AA de acessibilidade.

Se for criado um *site* de raiz, deve cumprir o nível AAA dos critérios de acessibilidade das WCAG 2.0. Como explicaremos mais adiante, estes *sites* devem ser também plataformas capazes de alojar os ficheiros áudio, vídeo e outros a criar num projeto de comunicação acessível. Depois de alojados no *site*, estes ficheiros poderão ser utilizados antes, durante ou depois das visitas, com ou sem recurso a equipamento específico (por exemplo, audioguias ou *tablets*).

5 - <http://www.acessibilidade.gov.pt/>

6 - <http://www.acessibilidade.gov.pt/arquivo/874>

Mas se o *site* já existe, é possível saber o grau de acessibilidade de cada uma das suas páginas recorrendo ao validador automático para as WCAG desenvolvido pela Unidade ACESSO da FCT e melhorar aquilo que for possível<sup>7</sup>.



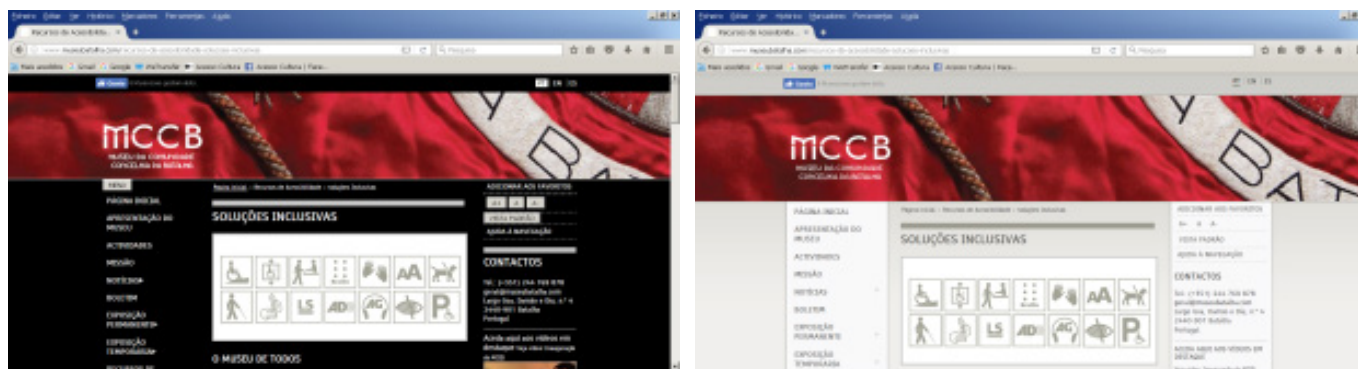
**AccessMonitor - Validador automático de páginas de Internet**

A estrutura do *site*, os formulários e os conteúdos são algumas das principais áreas de atuação num projeto de *software* acessível que respeita as diretrizes de acessibilidade WCAG. Entre outras coisas, recomendam:

- Navegação fácil através de teclado, rato ou outro produto técnico.
- Conteúdos apresentados com uma estrutura lógica e clara.
- Informação relevante em linguagem simples.
- Informação em multiformato (por exemplo, imagens descritas e material vídeo legendado).

7 - <http://www.acessibilidade.gov.pt/accessmonitor/>

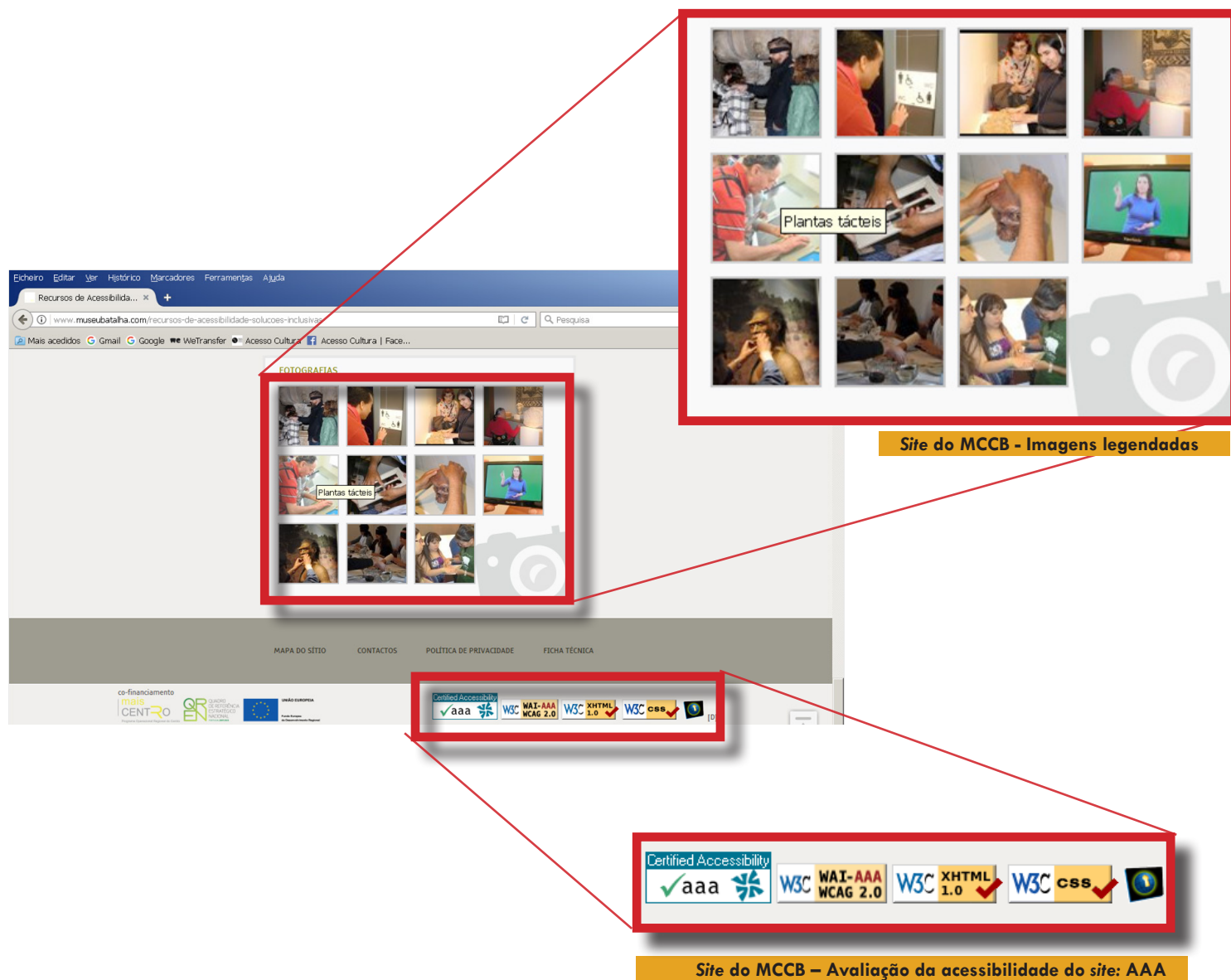
Um exemplo de um site acessível é o Museu da Comunidade Concelhia da Batalha (MCCB)<sup>8</sup>.



Site do MCCB – Página sobre as soluções inclusivas (versão normal e alto contraste)

Se a estrutura pode ser difícil ou impossível de alterar num site já existente, a introdução de conteúdos cabe geralmente aos profissionais do monumento, palácio ou museu. Todos os conteúdos deverão ser disponibilizados de modo sintético e em linguagem simples, com textos de tipo jornalístico. Ou seja, depois do título, a primeira informação deve ser um parágrafo curto e apelativo que resuma o assunto, à semelhança do *lead* de uma notícia. Para mais informação, a pessoa deve acionar o item *Saber mais*, abrindo a parte do texto que corresponderá ao corpo da notícia. É a técnica da pirâmide invertida.

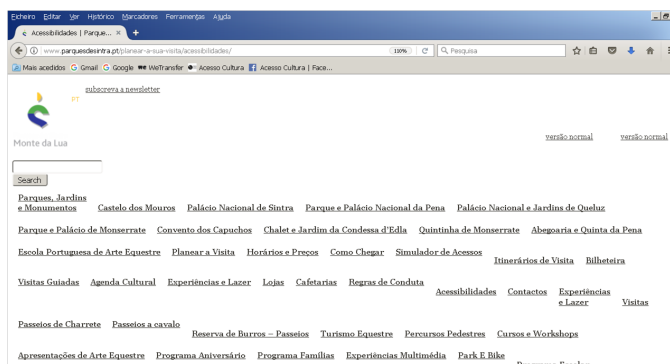
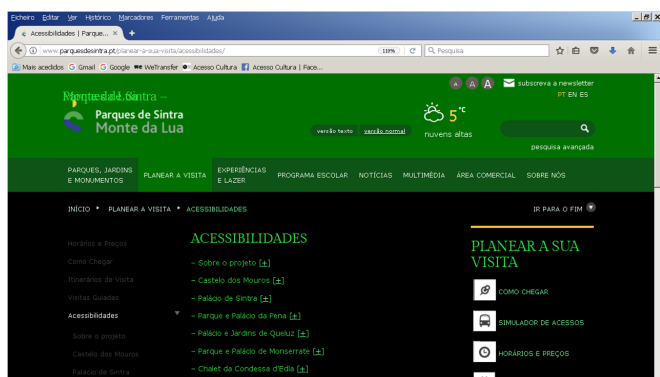
8 - <http://www.museubatalha.com/recursos-de-acessibilidade-solucoes-inclusivas>



Um outro exemplo é o site da empresa Parques de Sintra – Monte da Lua (PdS – MdL)<sup>9</sup>.



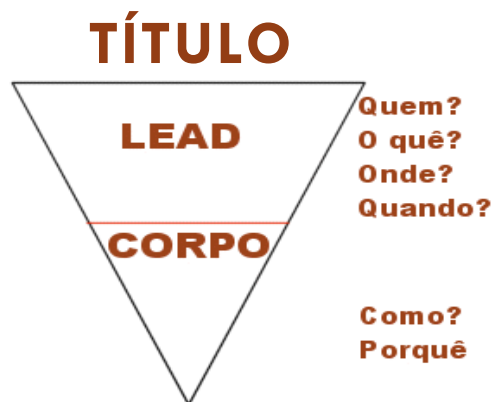
**PdS – MdL - Página sobre Acessibilidades – versão padrão**



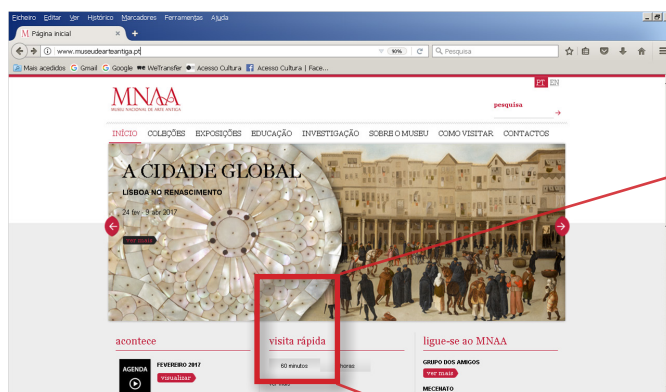
**PdS – MdL - Página sobre Acessibilidades – alto contraste e texto**

9 - Mais informação em <http://www.parquesdesintra.pt/planear-a-sua-visita/acessibilidades/>

Um bom exemplo é a estrutura da informação e o tipo de linguagem usadas no *site* do Museu Nacional de Arte Antiga (MNAA), com informação na página de abertura sobre as peças da coleção em destaque, que não deve perder numa visita de 60 minutos.



**Estrutura de uma notícia: técnica da pirâmide invertida**



**Página de abertura do site do MNAA  
- Peças a ver numa visita de 60 minutos <sup>10</sup>**

10 - <http://www.museudearteantiga.pt/60-minutos/>

**Título**

**Imagem**

**lupa para ver pormenores**

**Lead**

**Corpo de texto**

**Para saber mais**

**Ficha técnica**

**Tentações de Santo Antão**

Assinado por Bosch, este tríptico integra os quatro elementos do Universo (céu, terra, água e fogo) tornando-os cenário de personagens horrendas.

Neste tríptico encontra-se a mais recorrente e central temática de Bosch: a tentação e a solidão do homem justo perante o mal e o diabólico que, de forma expressa no monstruoso e no híbrido ou sob uma falsa e provocadora beleza, domina o mundo terreno.

Nas faces internas, o tríptico mostra três passos da hagiografia de Santo Antão, tentado e seduzido pelos demónios até encontrar o caminho para a salvação através da experiência eremita. Nas faces externas, visíveis com o tríptico fechado, situação em que normalmente se encontrava, são figuras populares e não demoníacas que acionam e perturbam o caminho de Cristo da Prisão até ao Calvário; a sua monocromia ajuda a criar uma atmosfera estranha e lúgubre, que sublinha a desolação da paisagem e acentua a inquietante certeza de um domínio generalizado do mal.

Mais informações no site [MatrizNet](#)

**Tentações de Santo Antão**

**Autor: Hieronymus Bosch**  
(Assinado - canto inferior esquerdo do painel central, Hieronymus Bosch, c. 1460-1510)

c. 1500

Óleo sobre madeira de cavalo  
131,5 x 119 cm (painel central) e  
131,5 x 53 cm (painéis laterais)

Proveniência: Palácio das Necessidades, Lisboa, 1913

Piso / Sala 61

**Tentações de Santo Antão, de Hieronymus Bosch - Uma das peças a não perder <sup>11</sup>**

<sup>11</sup> - <http://www.museudearteantiga.pt/60-minutos/>

Uma página de Internet acessível será a âncora de toda a comunicação na medida em que será uma “janela” para o monumento em todas as fases do processo de visita - terá informação útil para antes, durante e depois.

As preocupações de acessibilidade na construção dos conteúdos e do software que os suportam tendem a melhorar a qualidade geral dos mesmos, o que acaba por beneficiar todos os tipos de utilizadores. O papel da Internet na sociedade atual é inegável, por isso é especialmente relevante que o software e conteúdos produzidos para os

sites sejam acessíveis. Mas tendo em consideração os vários tipos de deficiência e de utilizadores, é importante que ao resolver os problemas de acessibilidade e usabilidade para um grupo de utilizadores não se criem problemas para os restantes. Por exemplo, o facto de ter um alto grau de acessibilidade pode tornar o site graficamente menos apelativo.

### Não esquecer

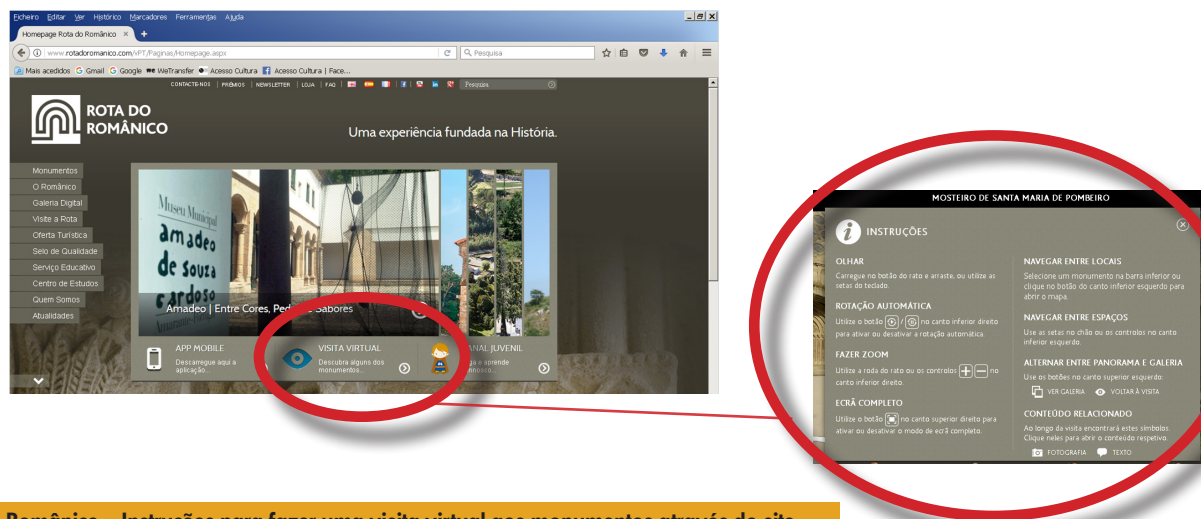
- Planificar a estrutura do site.
- Criar a estrutura do site.
- Recolher conteúdos para os vários assuntos.
- Criar a imagem gráfica do site.
- Validar a base (versão Alpha, ou 1.ª versão inacabada, com carácter experimental).
- Carregar os dados na versão Alpha.
- Fazer a validação do site através de validadores informáticos e de utilizadores com capacidades diversas.
- Fazer correções e ajustes (versão Beta, ou 2.ª versão, pronta para ser testada pelos utilizadores).
- Fazer a validação pelos utilizadores.

## 10.2. Visita virtual

Depois de ter consultado o *site*, uma pessoa pode querer saber como são as condições de acesso e circulação no monumento, palácio ou museu, sobretudo se tiver mobilidade reduzida. Poderá fazê-lo usando o seu computador, se estiver disponível uma visita virtual ao local.

Normalmente, uma visita virtual é um conjunto de fotografias panorâmicas em 360 ° ordenadas sequencialmente que permitem a sensação visual de estar num determinado espaço físico, sem lá estar presencialmente. Mas também é possível criar uma visita virtual com vídeos, em que o som torna a imagem em movimento ainda mais real.

A Rota do Românico<sup>12</sup> é um exemplo de boas práticas relativamente a este assunto, uma vez que tem no seu *site* visitas virtuais a todos os monumentos românicos do território dos vales dos rios Sousa, Douro e Tâmega.

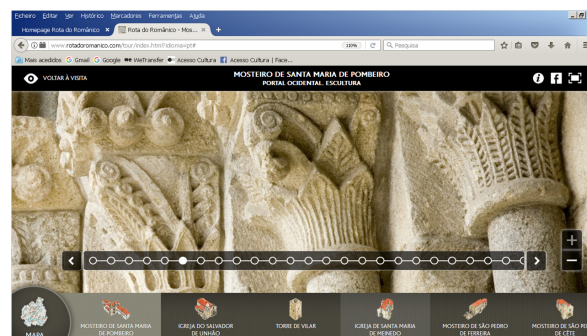
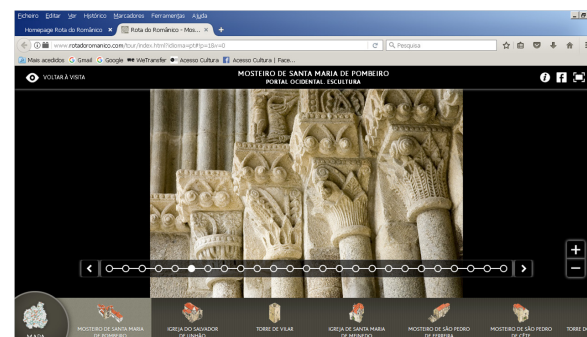


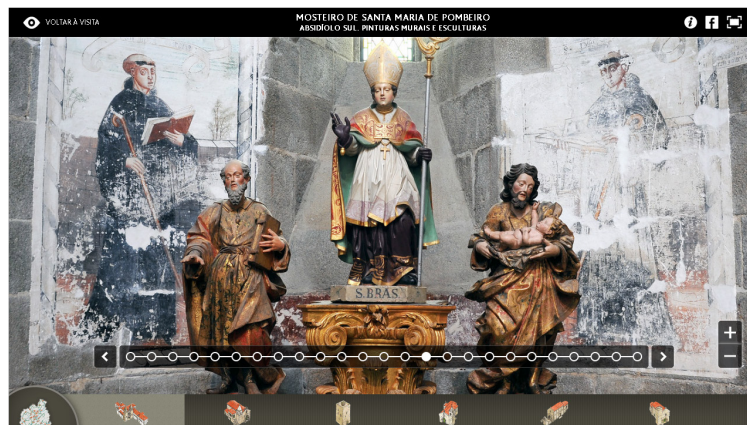
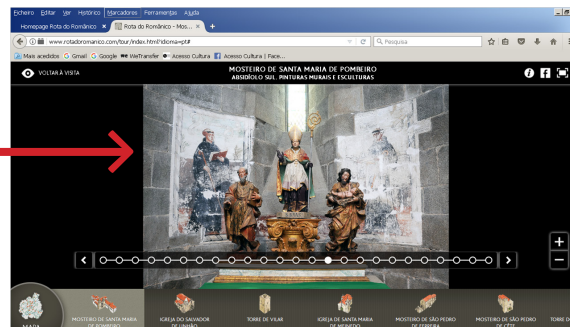
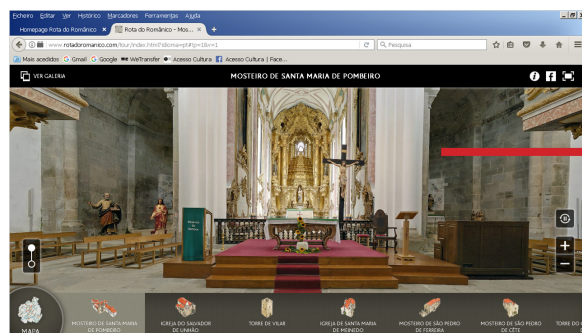
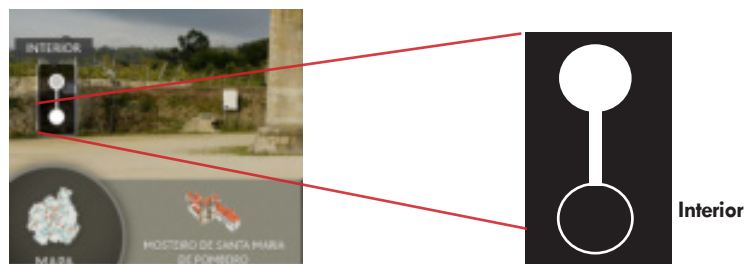
Rota do Românico – Instruções para fazer uma visita virtual aos monumentos através do site

12 - <http://www.rotadoromanoico.com/vPT/Paginas/Homepage.aspx>



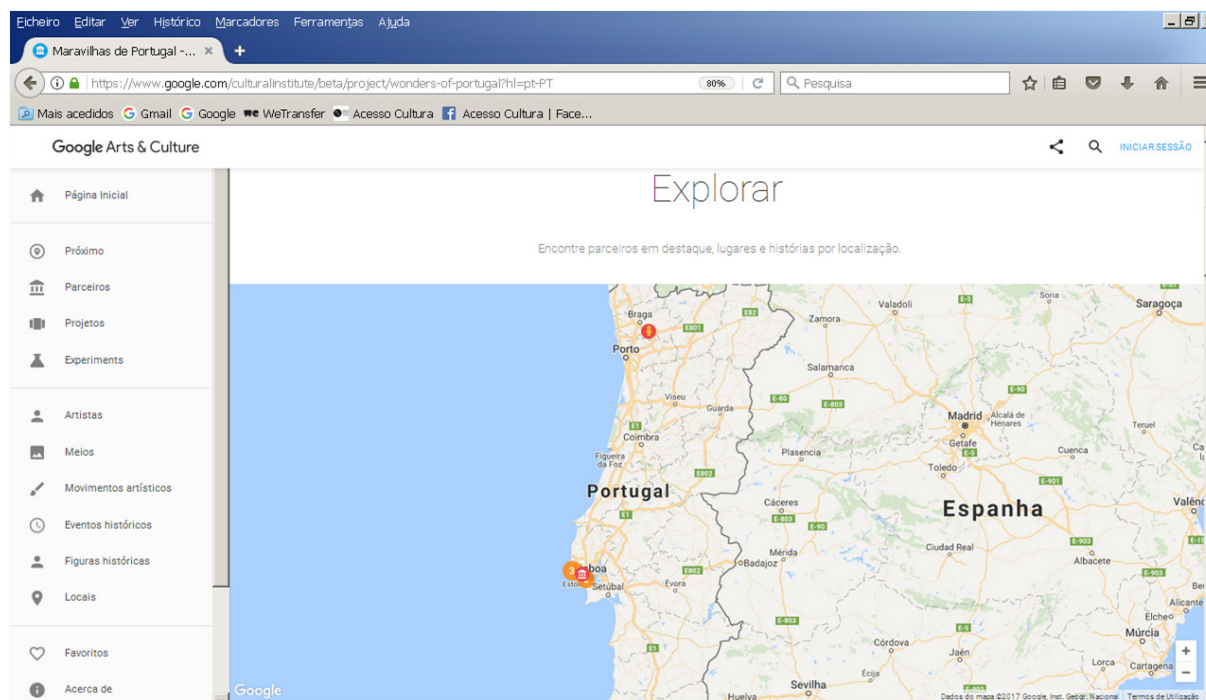
Exterior

Rota do Românico - Mosteiro de Santa Maria de Pombeiro (exterior) <sup>13</sup>13 - <http://www.rotadoromano.com/tour/index.html?idioma=pt#>



Rota do Românico - Mosteiro de Santa Maria de Pombeiro (interior)

O Google Arts & Culture disponibiliza desde 2015 visitas virtuais a alguns monumentos do património arquitetónico e natural do país, com o apoio das instituições que os tutelam. A Torre de Belém, o Mosteiro dos Jerónimos, Mosteiro da Batalha, Mosteiro de Alcobaça, Palácio da Pena, Vila de Óbidos ou Castelo de Guimarães são alguns dos 57 locais que podem ser visitados deste modo<sup>14</sup>.

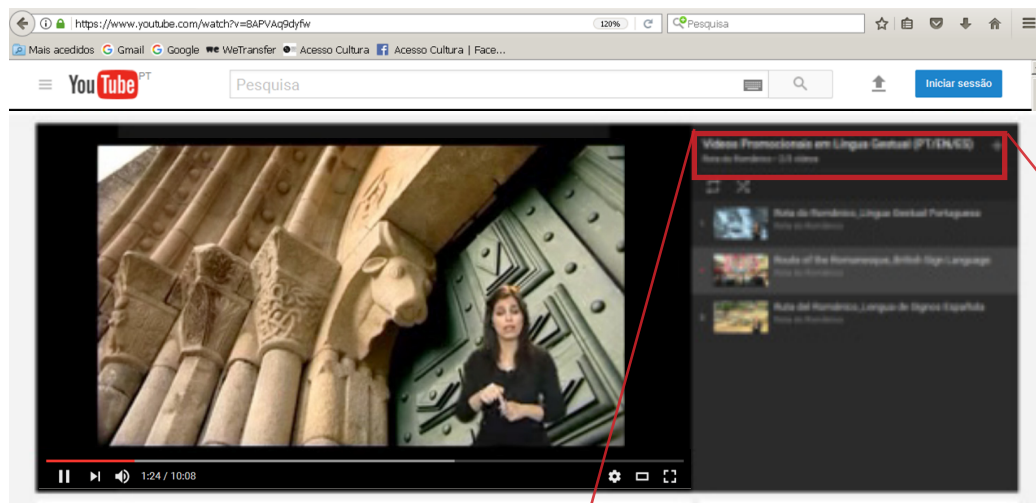


Google Arts & Culture – Maravilhas de Portugal

14 - <https://www.google.com/culturalinstitute/project/wonders-of-portugal>

### 10.3. Informação genérica e promocional multiformato

Os vídeos promocionais multilingues são um outro meio para promover o monumento, palácio ou museu. A Rota do Românico, por exemplo, tem no YouTube um vídeo promocional em Português, Inglês, Espanhol e Língua Gestual Portuguesa<sup>15</sup>.

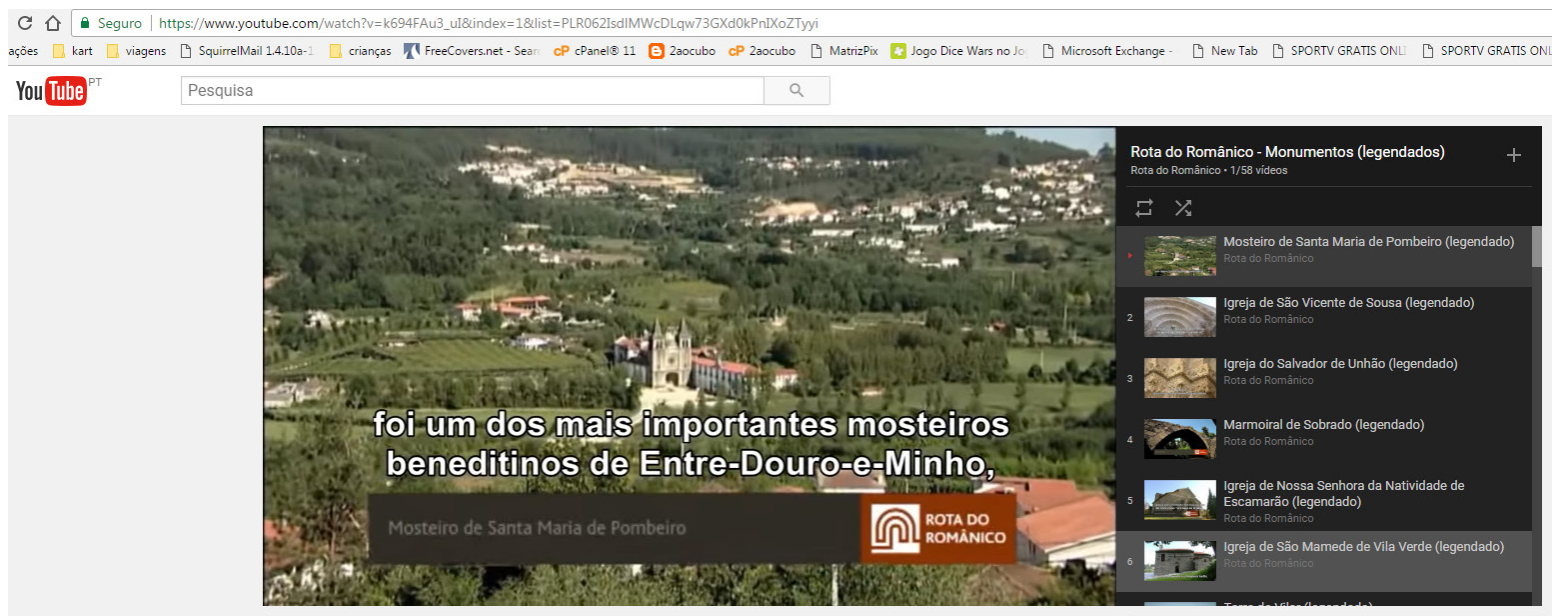


**Vídeos Promocionais em Língua Gestual (PT/EN/ES)**  
Rota do Românico • 2/3 vídeos

**Rota do Românico - Vídeos promocionais em Língua Gestual**

15 - <https://www.youtube.com/watch?v=Z1a6a4YTJPM>

Para além disso, tem também uma série de vídeos curtos para apresentar cada monumento. Os vídeos têm locução em Português mas também têm legendas, muito importantes para quem tem problemas de audição.



**Vídeo com som e legendas para apresentar Mosteiro de Santa Maria de Pombeiro<sup>16</sup>**

A seguir à consulta do *site*, o segundo contacto do visitante com o monumento, palácio, museu é, provavelmente, o material de informação distribuído no local (folhetos, brochuras, guias esquemáticos, etc.). É fundamental que essa informação seja relevante e apelativa, simples, clara e disponibilizada em material de fácil manuseamento e transporte.

<sup>16</sup> - [https://www.youtube.com/watch?v=k694FAu3\\_ul&index=1&list=PLR062IsdlMWcDLqW73GXdkPnIXoZTyyi](https://www.youtube.com/watch?v=k694FAu3_ul&index=1&list=PLR062IsdlMWcDLqW73GXdkPnIXoZTyyi)

Os folhetos de informação genérica de apoio à visita deverão ser em diferentes formatos (escrita simples, impressão genérica, impressão ampliada e alto contraste, impressão Braille, versão digital acessível e passível de conversão e adaptação a outros formatos específicos) e em diferentes línguas.

#### 10.4. Sinalética local acessível

Grande parte do conforto experienciado pelos visitantes depende da facilidade com que se deslocam e orientam dentro do espaço. Nos monumentos, palácios e museus há, muitas vezes, a preocupação de fazer uma sinalética discreta para não ter um destaque que perturbe a fruição dos espaços e das peças. Contudo, a sinalética deve ser vista como estruturante num plano global de comunicação inclusiva.

Uma sinalética acessível deve conter a informação necessária à circulação dentro do edifício e à identificação dos vários espaços. É preciso que esteja colocada de forma estratégica nos locais onde o visitante pode ter dúvidas sobre a sua localização ou sobre o caminho a seguir. Deve ser bem visível por visitantes de diferentes estaturas ou sentadas numa cadeira de rodas. A visibilidade é dada pela superfície do painel que deve ser antirreflexo, pelo bom contraste cromático entre a letra e o fundo, mas também entre o painel e a superfície da parede onde está colocado.

### Não esquecer

- Compilar e analisar os materiais informativos existentes (caso existam).
- Determinar o objetivo/utilidade dos diferentes produtos.
- Identificar as mensagens a comunicar.
- Planificar a abordagem.
- Criar protótipos com equipas especializadas (curadores, designers gráficos, técnicos especializados...).
- Validar com grupos consultivos.
- Produzir materiais.
- Avaliar utilidade e utilização.
- Atualizar e melhorar periodicamente.



Museu da Comunidade Concelhia da Batalha (MCCB) e Museu de Leiria (ML) – Sinalética em Braille

O desenho das setas deve ser simples mas com presença bem marcada. Convém agrupar à esquerda as setas e as palavras que indicam o lado esquerdo, e juntar à direita as setas e as palavras que se referem a essa direção. O tamanho da letra e dos números tem de ter em conta a distância a que se pretende que o painel seja visto pelo visitante. As boas práticas aconselham um tipo de letra sem serifa, complementada com pictogramas fáceis de interpretar.

A informação em Braille deve ser colocada em locais com condições para uma leitura confortável: apresentada em plano inclinado à altura do braço fletido, a cerca de 1,20 m do chão. No caso particular da sinalética impressa em Braille, é desejável colocá-la sempre no mesmo tipo de local – por exemplo, na parede à direita do vão de cada porta, a 1,20 m do pavimento. Só deste modo é que a pessoa cega pode saber previamente onde encontra estas indicações. Sabemos que isso será muito difícil de implementar em grandes espaços, mas pode ser possível em locais de dimensão reduzida, por exemplo, exposições em duas ou três salas seguidas.

A imagem gráfica da sinalética local deve ser repetida nos restantes materiais a disponibilizar aos visitantes (brochuras, plantas, audioguias, videoguias, etc.).

A sinalética poderá ser simultaneamente física e digital, como os QR Codes (sigla da expressão inglesa *Quick Response Codes*) que são lidos por telemóveis e conduzem a informação mais completa alojada no *site*.

## Não esquecer

- Planificar a abordagem à sinalética.
- Identificar os pontos do percurso onde é necessária sinalética.
- Definir as características da imagem gráfica.
- Criar a imagem gráfica de alto contraste.
- Selecionar o conceito tipográfico e o modo de colocação.
- Criar protótipos, incluindo o Braille onde for pertinente.
- Colocar provisoriamente a sinalética nos lugares pretendidos.
- Testar os protótipos no local para validar a sua legibilidade e usabilidade.
- Fazer correções e ajustes.
- Colocar definitivamente a sinalética nos lugares pretendidos.

## 10.5. Representações táteis

### 10.5.1. Maquetes e réplicas em 3D

Os monumentos, palácios e museus são frequentemente edifícios complexos. Foram sendo acrescentados em épocas diferentes e a cotas diversas para corresponder às necessidades de quem os foi habitando ao longo dos séculos, adaptando-se à orografia do terreno envolvente, que pode ser muitas vezes acidentado. Isso faz com que o visitante tenha dificuldade em compreender o modo como os espaços se organizam e se ligam entre si, o que resulta em problemas de orientação ao longo da visita.

Principalmente em monumentos de grande dimensão e complexidade, uma maquete volumétrica do edifício (3D) que se pode tocar é importante para compreender melhor a distribuição do espaço numa escala humana – é uma solução essencial para pessoas cegas, mas útil a todos. A construção de uma imagem mental do edifício através do tato é facilitada se a maquete for simplificada, sem pormenores que não sejam relevantes. A maquete 3D do edifício pode ser complementada por plantas 2D<sup>1/2</sup> de cada um dos pisos visitáveis.



**A Torre de Belém e a sua maquete em bronze**



**Museu da Comunidade Concelhia da Batalha (MCCB)  
– Maquete do Mosteiro da Batalha produzido por impressão 3D**

Relativamente à sua dimensão, uma maquete tátil deve ser “abraçável”, ou seja, não ter mais de 1,40 m de largura, incluindo a representação do terreno de implantação do edifício. Quanto ao processo de produção, pode ser usada a prototipagem rápida, também conhecida por impressão 3D. Este processo implica a existência de um desenho virtual criado por software de modelagem ou CAD. A máquina de impressão 3D lê o desenho em CAD e deposita camadas sucessivas de material líquido, em pó ou folha, criando o modelo físico a partir de uma série de seções transversais. Essas camadas são combinadas automaticamente para criar a forma final.

## Não esquecer

Quando quiser encomendar uma maquete pelo processo de impressão 3D, tenha em conta as seguintes etapas:

- Ter um desenho 3D do edifício em CAD a fornecer ao adjudicatário.
- Simplificar os desenhos 3D.
- Imprimir em 3D parte da maquete para validação tátil.
- Imprimir em 3D o desenho de todo o edifício.
- Instalar um sistema de segurança para as peças amovíveis.
- Construir mesas de suporte que permitam a aproximação frontal de uma pessoa em cadeira de rodas.

Desejavelmente, as maquetes devem ser decompostas em partes amovíveis de cores e texturas diferentes correspondentes às várias fases de construção do edifício, identificada também com um número em Braille. Cada uma das partes deve encaixar bem nas outras partes, de modo a dar ideia da volumetria global de cada monumento, palácio ou museu. As peças devem estar presas ao suporte das maquetes, eventualmente por fios de aço. Cada maquete deve assentar numa base que reproduza a orografia do terreno em que o edifício foi construído, com uma envolvente de cerca de 100 m. O suporte de cada maquete deve apoiar-se numa mesa que permita a aproximação frontal de uma pessoa sentada numa cadeira de rodas, bem como o alcance por parte de crianças e pessoas de baixa estatura.

Também é interessante para todos os visitantes poder tocar em réplicas tridimensionais de pormenores deco-

rativos do edifício, como por exemplo, o recorte das arcadas dos claustros ou das janelas, gárgulas, fechos de abóbadas e aspetos da decoração dos portais e dos capitéis.

Recomendamos que se coloquem para manipulação livre, ao longo do circuito de visita, réplicas de peças em exposição dentro de vitrinas ou de pormenores construtivos e decorativos relevantes, com prioridade para aqueles que estão fora do alcance da mão.



**Museu da Comunidade Concelhia da Batalha (MCCB)**

– Réplica de elemento decorativo do claustro do Mosteiro da Batalha e Réplica de uma arcada do claustro



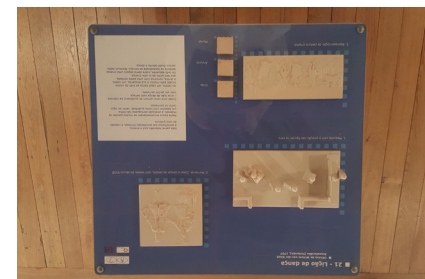
**Museu da Comunidade Concelhia da Batalha (MCCB)**

– Réplicas de gárgulas do Mosteiro da Batalha

Também é possível representar em 3D a cena de uma pintura ou desenho, como acontece com o painel de azulejos holandeses *A lição de dança*, no Museu Nacional do Azulejo.



Museu Nacional do Azulejo (MNAz) – Painel de azulejos holandeses *A lição de dança*

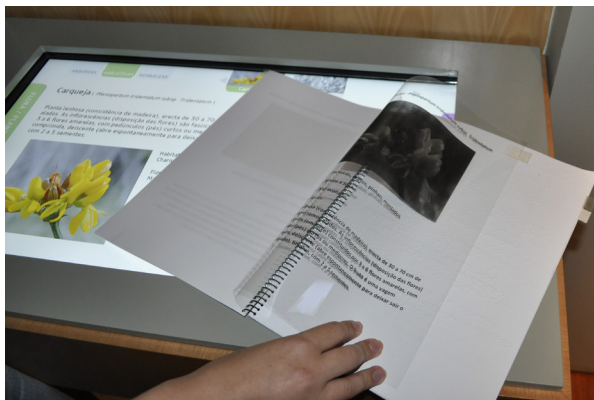


### 10.5.2. Plantas e desenhos 2D<sup>1/2</sup>

As plantas dos pisos visitáveis também podem ser preparadas em multiformato - impressão em relevo 2D<sup>1/2</sup>, descrição em linguagem simples, impressão genérica, impressão ampliada com alto contraste, impressão Braille, versão digital acessível e passível de conversão e adaptação a formatos específicos.



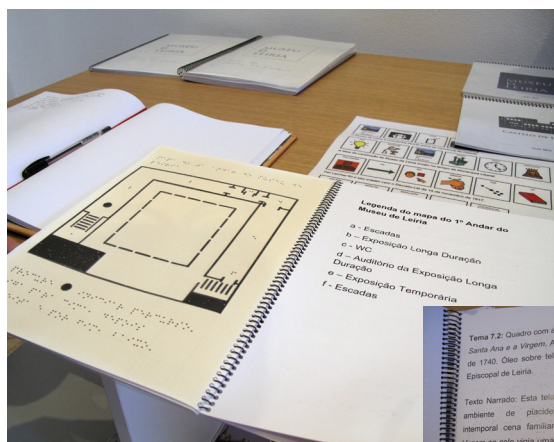
Museu da Comunidade Concelhia da Batalha (MCCB) – Planta do edifício em baixo-relevo



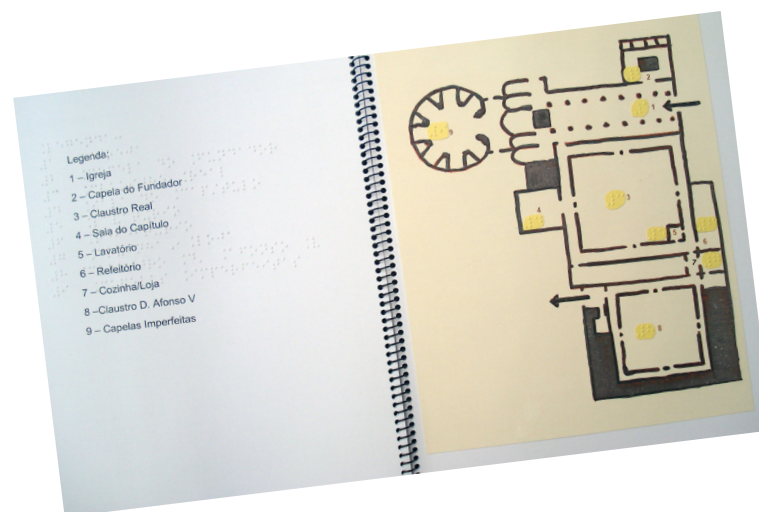
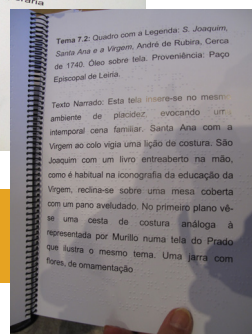
**Museu da Comunidade Concelhia da Batalha (MCCB)**  
– Caderno impresso em Braille e letras ampliadas



**Casa-Museu Dr. Anastácio Gonçalves (CMAG)** – Plantas do edifício em alto-relevo



**Museu de Leiria - Planta em relevo**  
no guia de visita impresso em Braille  
e com letras ampliadas



**Mosteiro da Batalha (MB)** – Planta em relevo no guia de  
visita impresso em Braille e com letras ampliadas

Alguns museus ensaiam também a representação de imagens de pinturas através de desenhos em  $2D^{1/2}$ . É o que acontece na Casa-Museu Anastácio Gonçalves (CMAG), em Lisboa, onde algumas pinturas têm versões táteis a cores e com materiais que remetem para a cena que inspirou a pintura (por exemplo, seda no vestido da senhora representada no quadro *Convite à valsa* (Columbano Bordalo Pinheiro), ou restolho na recriação do quadro *A ceifa - Lumiar* (Silva Porto).

## Não esquecer

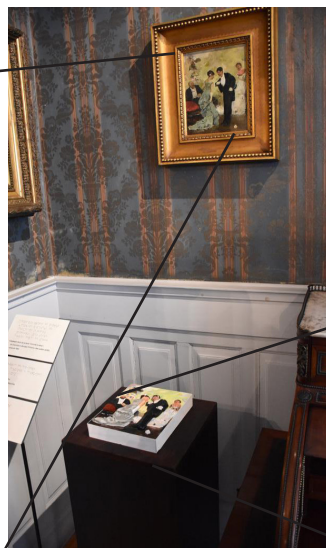
- Planificar a abordagem.
- Selecionar os materiais, as vistas e os detalhes.
- Criar uma imagem gráfica simplificada.
- Desenvolver o conceito gráfico (da escala, do detalhe e outros) com técnicos especializados.
- Adaptar e criar um protótipo em relevo.
- Validar os materiais.
- Produzir as maquetes e as réplicas em 3D que são necessárias.

Original

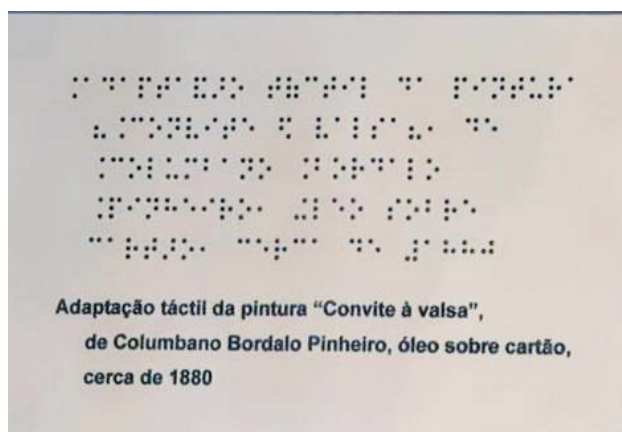
Reprodução  
em  $2D^{1/2}$



CMAG - Local onde está exposto o *Convite à valsa* (Columbano Bordalo Pinheiro)



**CMAG - Convite à valsa – Original**



**CMAG - Tabela da pintura Convite à valsa impressa a negro e em Braille**

Há quem defenda que as reproduções em 2D<sup>1/2</sup> colocadas junto dos originais devem ter uma presença discreta que passa por não terem cor. Por outro lado, é certo que desenhos complexos ganham em ser decompostos em partes de modo a que uma pessoa cega possa construir a imagem mental da figura acrescentando-lhe os vários elementos. Estas foram as opções seguidas no Museu Nacional do Azulejo.



**Museu Nacional do Azulejo (MNAz) - Paineis de azulejos portugueses de padrão camélia**



## Não esquecer

- Planificar a abordagem.
- Selecionar os materiais e os detalhes.
- Criar uma imagem gráfica simplificada.
- Desenvolver o conceito gráfico com técnicos especializados
- Criar e validar um protótipo.
- Validar o protótipo.
- Produzir as plantas e os desenhos 2D<sup>1/2</sup> que são necessários.

### **10.6. Ficheiros áudio multilingues**

#### **10.6.1. Com conteúdos centrados nas vivências**

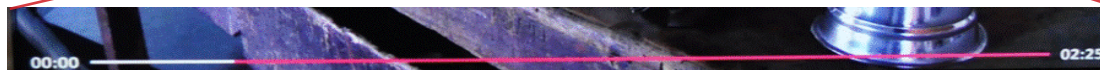
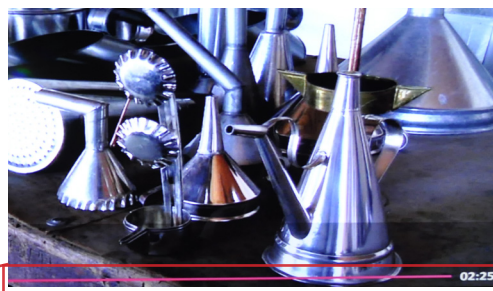
Atualmente muitos monumentos, palácios e museus têm audioguias tradicionais disponíveis em Português, Inglês e outras línguas, mas os conteúdos escolhidos estão predominantemente focados na História de Arte. É pertinente criar outros ficheiros áudio com conteúdos mais humanizados, revelando pequenas histórias sobre o quotidiano das pessoas que viveram nesses locais (os monges, num mosteiro; os guerreiros num castelo; os fidalgos num palácio, etc.) ou sobre acontecimentos marcantes que lhes foi dado viver. Todos os visitantes gostam de conhecer histórias de vida de outras pessoas, mesmo distantes no tempo. Também é importante estabelecer a ligação destes conteúdos com a vivência do visitante na atualidade. As pessoas gostam de conhecer a relação do passado com o seu presente.

Recomendamos que se use um texto de estilo jornalístico em linguagem simples. Estes textos também deverão ser traduzidos e gravados em Inglês e nas línguas estrangeiras mais relevantes em cada local.

### 10.6.2. Com descrição de espaços e peças

Habitualmente, os audioguias tradicionais não incluem uma opção com descrição. Essa opção permite que as pessoas cegas ou com baixa visão e seus acompanhantes façam uma visita autónoma, sem necessidade de marcação prévia com os técnicos do monumento, palácio ou museu. Por isso, aconselhamos a elaboração de ficheiros áudio com descrição em Português, Inglês e nas línguas estrangeiras consideradas relevantes. A base de trabalho para a elaboração do texto dos ficheiros áudio será a informação contida na matriz informativa referida mais adiante. Poderá ser estudada a possibilidade de incluir música ou efeitos sonoros que contribuam para sublinhar a mensagem e facilitar a criação de imagens mentais.

Os sites poderão ter uma área reservada a guias de visita multiformato (áudio, vídeo ou texto) - material a ser descarregado remotamente para preparação da visita ou acedido no local através da instalação de QR Codes ao longo do percurso de visita.



**Museu da Comunidade Concelhia da Batalha (MCCB) – Filmes legendados e com uma linha que indica o tempo de duração**

## Não esquecer

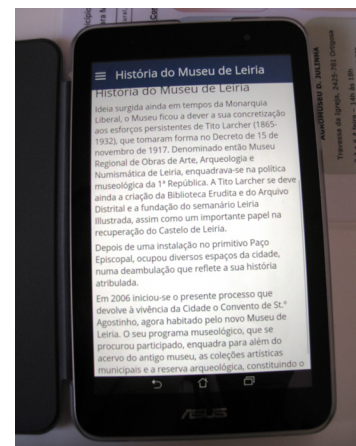
Os ficheiros áudio terão um trabalho de produção criterioso que implicará:

- Definir um número máximo de pontos de paragem, não mais de 30.
- Elaborar textos com informação genérica sobre cada ponto de paragem.
- Elaborar textos com descrição detalhada das peças para tocar que venham a ser criadas no circuito de visita (maquetes dos edifícios, réplicas de pormenores construtivos ou decorativos, plantas ou imagens em relevo, etc.).
- Escolher o tipo de vozes mais adequado.
- Gravar em estúdio as vozes nos idiomas pedidos.
- Disponibilizar uma amostra áudio para teste, a validar pela equipa de cada monumento, palácio ou museu.
- Desenvolver o trabalho de pós produção.
- Escolher o equipamento pretendido para disponibilização deste serviço ao público (iPads, iPods ou tablets) e adquirir o escolhido.
- Inserir os ficheiros áudio no site do monumento, palácio ou museu.

### 10.7. Ficheiros vídeo bilingues em Língua Gestual

Nos monumentos, palácios e museus portugueses existem ainda poucos videoguias que permitam às pessoas s(S)urdas visitá-los com autonomia. Alguns museus já disponibilizam a versão em texto escrito do texto que se pode ouvir nos audioguias.

Para a população Surda portuguesa, é necessário disponibilizar videoguias em Língua Gestual Portuguesa (LGP). Mas como cada país tem a sua própria língua gestual, para comunicar com visitantes Surdos estrangeiros é indicado o Gesto Internacional.



**Museu de Leiria (ML) – Tablet com audioguia, também em versão de texto**

A criação de ficheiros vídeo com interpretação em Língua Gestual deve ser feita a partir dos textos em Word que servirem de base aos audioguias. Estes ficheiros vídeo podem ser disponibilizados ao público de modo semelhante aos ficheiros áudio.

Uma boa prática a assinalar é a que já existe no Museu Nacional do Azulejo<sup>17</sup>, que disponibiliza aos seus visitantes os ficheiros áudio e vídeo através de uma nova aplicação para Android e Iphone que se pode descarregar para o telemóvel do visitante a partir da loja virtual Google Play, do site do MNAz e no próprio museu. Os conteúdos estão disponíveis em Português, Inglês e em Língua Gestual Portuguesa e Internacional.



**Museu da Comunidade Concelhia da Batalha (MCCB) e do Museu Nacional do Azulejo (MNAz) – Videoguias em Língua Gestual**

## Não esquecer

- Interpretar o texto em Língua Gestual Portuguesa.
- Validar o conteúdo vídeo com pessoas Surdas.
- Filmar uma amostragem.
- Validar o protótipo com pessoas Surdas.
- Fazer reformulações e ajustes.
- Fazer a pós-produção.
- Traduzir todos os conteúdos para o Gesto Internacional.
- Produzir os vídeos finais.
- Validar a usabilidade dos equipamentos.

17 - <http://www.museudoazulejo.pt/pt-PT/ExposAct/Eventos/ContentDetail.aspx?id=1643>

## 10.8. Aplicações multimédia

Hoje em dia existem aplicações que podem ser descarregadas para telemóveis e que permitem uma visita guiada com autonomia em virtude das várias opções que oferecem. É o caso da aplicação *Talking Heritage*<sup>18</sup> já disponível com informação em várias línguas para visitar o património natural e edificado gerido pela empresa Parques de Sintra – Monte da Lua.

Com esta aplicação inovadora, o visitante é informado sobre os percursos possíveis em cada monumento através de mapas interativos com direções de carro ou a pé.

Em cada ponto de interesse do percurso, pode aceder por intermédio de QR codes à informação escrita, fotografias, ficheiros áudio e vídeo (também em Língua Gestual). Recebe notificações automáticas de pontos de interesse quando se aproxima deles e tem imagens de 360° e panorâmicas de interiores e exteriores. Esta aplicação está disponível no Palácio Nacional e Parque da Pena, Parque de Monserrate, no Castelo dos Mouros e no Palácio de Queluz<sup>19</sup>.



Parques de Sintra – Monte da Lua – aplicação *Talking Heritage*

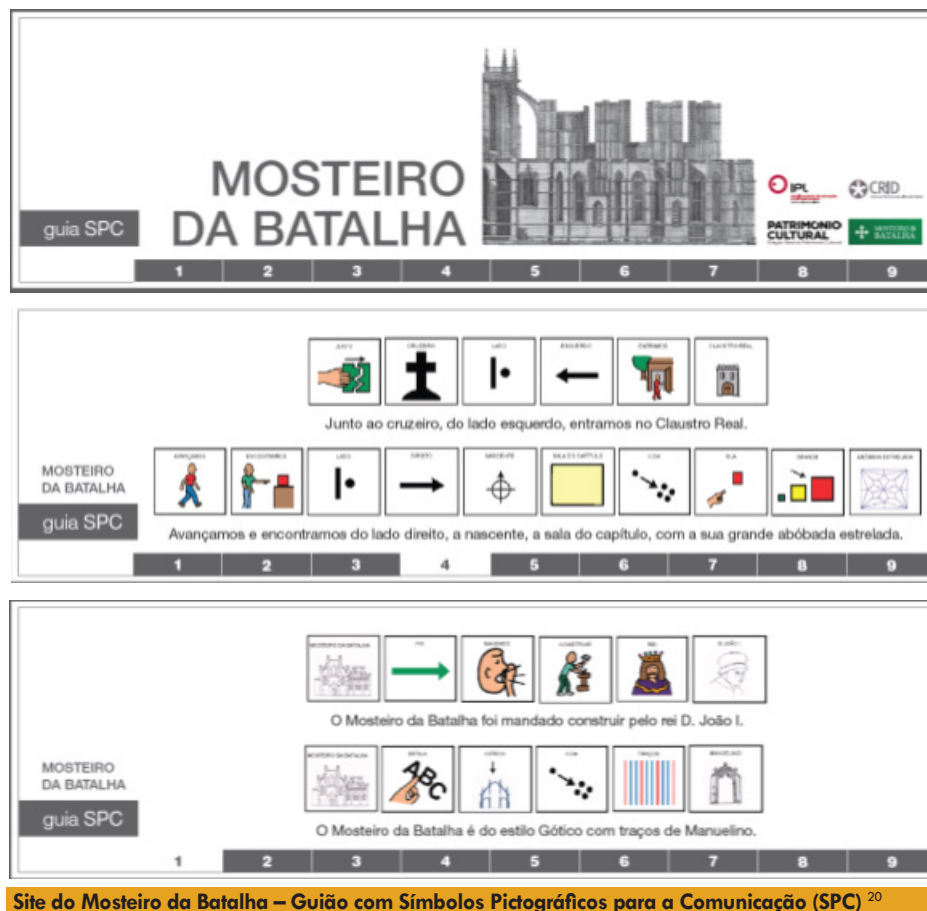
18 - <http://www.talkingheritage.com/>

19 - <https://www.youtube.com/watch?v=uQIX-EtvPgU>

## 10.9. Material em Linguagem Pictográfica

Existem diversos sistemas codificados de comunicação, especialmente concebidos para facilitar a leitura e a compreensão de pessoas com deficiência intelectual, dificuldades de aprendizagem e baixa literacia.

Destacamos aqui o Sistema Pictográfico para a Comunicação (SPC) que recodifica mensagens simples através de símbolos e imagens facilmente reconhecidas por pessoas com incapacidades do foro intelectual. Este sistema assenta essencialmente na componente gráfica, e por isso é igualmente apelativo a crianças e a pessoas que não dominam a língua (por exemplo, os estrangeiros). Um folheto informativo e impresso em Símbolos Pictográficos para a Comunicação (SPC) pode explicar os principais elementos de cada monumento de forma acessível a este público-alvo.

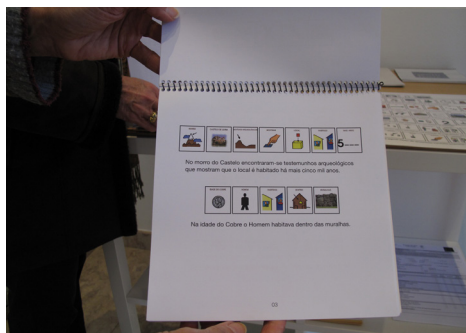


Site do Mosteiro da Batalha – Guião com Símbolos Pictográficos para a Comunicação (SPC) <sup>20</sup>

20 - <http://www.mosteirobatalha.pt/pt/index.php?s=white&pid=261&identificador=>



**Museu de Leiria (ML) – Folheto para apresentação do museu em SPC**



**Museu de Leiria (ML) – Castelo de Leiria em SPC**

## Não esquecer

- Escolha conteúdos para construir uma história simples.
- Elabore um texto curto em linguagem simples que resuma a história que se quer contar.
- Transforme esse texto num conjunto de frases muito simples e diretas.
- Escolha os pictogramas que representem as ideias do texto.
- Associe os pictogramas às frases simples do texto.
- valide a versão pictográfica com técnicos e pessoas com deficiência intelectual.

## 10.10. Informação sobre as soluções de acessibilidade

As informações sobre a acessibilidade devem ser disponibilizadas *online* e ao chegar ao local. Um bom exemplo de sistematização da informação sobre a acessibilidade de um edifício é o Guia Acesso ao edifício sede da Fundação Calouste Gulbenkian, em Lisboa, feito em parceria com a Fundação Liga.



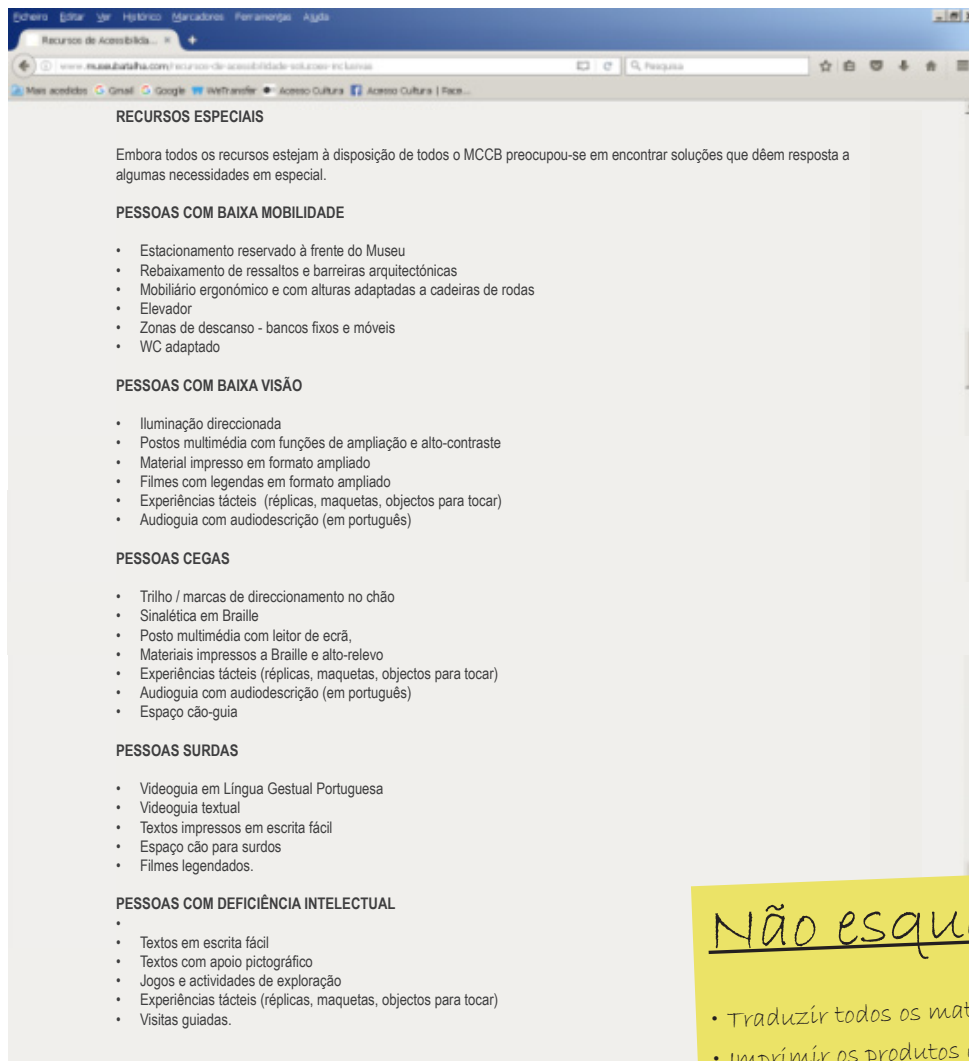
Guia Acesso do edifício sede da Fundação Calouste Gulbenkian, em Lisboa

Este tipo de guias deve existir em formato papel e digital e, para além de contemplar o acesso físico, deve também referir as soluções de comunicação acessível disponíveis. É o que acontece no Museu da Comunidade Concelhia da Batalha. A página de abertura do site tem um menu intitulado “RECURSOS DE ACESSIBILIDADE - SOLUÇÕES INCLUSIVAS”<sup>21</sup> que apresenta um quadro com pictogramas que referem as várias soluções de acessibilidade.



**Museu da Comunidade Concelhia da Batalha (MCCB) – Recursos de acessibilidade**

21 - <http://www.museubatalha.com/recursos-de-acessibilidade-solucoes-inclusivas>



**Museu da Comunidade Concelhia da Batalha (MCCB)**  
**– Recursos de acessibilidade**

## Não esquecer

- Traduzir todos os materiais.
- Imprimir os produtos em vários formatos.
- Reunir as informações sobre a acessibilidade num guia de acesso que contemple não só o acesso físico mas também o acesso à informação.
- Disponibilizar esta informação no site.

## 10.11. Divulgação

A divulgação da oferta multissensorial existente num monumento, palácio ou museu, junto dos potenciais visitantes nacionais e internacionais é muito importante para dar a conhecer as diferentes propostas de fruição turística e assegurar a disseminação e o “passa-palavra”. Assim, todos os materiais de divulgação produzidos devem referir a oferta multissensorial, incluindo filmes e conteúdos em redes sociais. De forma natural, os filmes e vídeos devem incluir registos devidamente autorizados que mostrem visitantes com deficiência ou incapacidade a utilizar produtos específicos (por exemplo, pessoas cegas a tatear objetos), bem como legendagem para Surdos e uma versão com audiodescrição. Só assim se garantirá uma abordagem inclusiva da experiência turística.

### Não esquecer

- Referir a oferta multissensorial em todos os materiais de divulgação.
- Filmes e vídeos devem incluir versões com legendagem e audiodescrição.

---

# 11

## **Pictogramas relativos aos recursos de acessibilidade**

---

|       |                                          |    |
|-------|------------------------------------------|----|
| 11.1. | Para pessoas com pouca mobilidade        | 86 |
| 11.2. | Para pessoas com baixa visão             | 87 |
| 11.3. | Para pessoas cegas                       | 88 |
| 11.4. | Para pessoas Surdas                      | 89 |
| 11.5. | Para pessoas com deficiência intelectual | 89 |

Não existem modelos estandardizados de pictogramas relativos aos recursos de acessibilidade que sejam universalmente aceites. A título de exemplo, apresentamos uma lista de pictogramas criados pela empresa IDEA com a finalidade de serem incluídos nesta publicação<sup>22</sup>.

### 11.1.1. Para pessoas com pouca mobilidade



Estacionamento para pessoas em cadeira de rodas perto da entrada



Rampas e rebaixamento de ressaltos



Mobiliário ergonómico e com alturas adaptadas a pessoas em cadeira de rodas



Elevador



Zonas de descanso com bancos fixos e móveis



WC adaptado

22 - Estes pictogramas não podem ser usados para outros fins. IDEA - <http://www.idea.pt/> e [geral@idea.pt](mailto:geral@idea.pt)

## 11.2. Para pessoas com baixa visão



Local acessível a pessoas com baixa visão



Ponto multimédia com funções de alteração de contraste cromático



Ponto multimédia com funções de ampliação da letra



Audioguias



Filmes com legendas ampliadas



Peças para tocar



Informação escrita em letras ampliadas



Audiodescrição

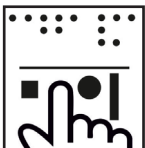
### 11.3. Para pessoas cegas



Trilho / marcas de direcionamento no chão



Posto multimédia com leitor de ecrã



Materiais impressos a Braille e alto-relevo



Audioguias



Espaço de descanso para cães-guia de pessoas cegas



Peças para tocar



Audiodescrição

### 11.4. Para pessoas Surdas



Videoguia em Língua Gestual Portuguesa



Videoguia em texto corrido



Textos impressos em escrita fácil



Espaço de descanso para cães-guia

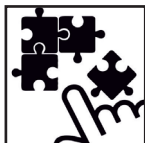


Filmes legendados

### 11.5. Para pessoas com deficiência intelectual



Textos com apoio pictográfico



Jogos e atividades de exploração



Textos impressos em escrita fácil



Peças para tocar



Visitas guiadas.

---

# 12 **Matriz informativa**

---

Na base de qualquer abordagem de comunicação acessível está a construção da história que se quer contar. Para que haja uniformização, rigor científico e interligação de todos os produtos de forma complementar e coesa, é necessário que a equipa interna planifique a sua ação e elabore uma pasta digital que inclua toda a informação e materiais necessários à elaboração dos vários produtos em novos formatos (fotografias, filmes, gravações, desenhos, plantas, depoimentos orais ou escritos, ...). Chamamos **matriz informativa** a essa pasta base que **sintetiza o que existe, o que se vai apresentar em formato alternativo e o que se quer comunicar**.

## Não esquecer

Com a colaboração de todos os membros da sua equipa interna, o coordenador deve:

- Planificar e esboçar a estrutura do dossiê.
- Definir um percurso de visita acessível.
- Identificar nesse percurso os espaços e as peças mais relevantes.
- Recolher informação e materiais de apoio sobre cada um deles.
- Organizar, tratar e compilar toda a informação e materiais recolhidos para servir de base à criação de todos os produtos previstos.
- Reunir todos esses materiais num dossiê digital tão completo e relevante quanto possível.
- Redigir a 1.ª versão do guião, com base na documentação reunida.
- Redigir a 2.ª versão do guião, agora numa versão em linguagem simples.
- Validar o guião com o diretor os restantes membros da Equipa interna.
- Fazer correções e ajustes.
- Elaborar a versão FINAL da matriz informativa, onde se inclui o guião.
- Na ocasião própria, fornecer às várias Equipas Externas especializadas os materiais necessários ao desenvolvimento de cada um dos produtos desejados, de acordo com as especificidades de cada um.

De notar que, para que o trabalho a desenvolver seja válido, há que garantir rigor científico em todo o processo de avaliação diagnóstica e na compilação de materiais para a criação dos novos materiais. **A matriz informativa está na base de todo o processo de desenvolvimento de novos produtos/estratégias de comunicação inclusiva.**

---

# 13

## **Matriz de ficha de diagnóstico para avaliação da acessibilidade**

---

A Direção Geral do Património Cultural (DGPC) terminou em dezembro de 2016 o Estudo Diagnóstico sobre a Acessibilidade dos Imóveis Afetos. A equipa responsável por este estudo elaborou uma ficha de diagnóstico para recolha de dados que está disponível para download no *site* da DGPC.<sup>23</sup>

23 - <http://www.patrimoniocultural.gov.pt/pt/publications/>

---

# 14 **ANEXO 1 – Legislação**

---

|       |                                           |    |
|-------|-------------------------------------------|----|
| 14.1. | Legislação e recomendações internacionais | 95 |
| 14.2. | Legislação nacional                       | 95 |

### 14.1. Legislação e recomendações internacionais

O direito ao acesso à Cultura tem um enquadramento legislativo internacional e nacional.

- 2006
  - Convenção sobre os Direitos das Pessoas com Deficiência.
- 2013
  - Recomendações do documento *Turismo Acessível, Turismo para Todos*, emanadas da Organização Mundial do Turismo (OMT)

### 14.2. Legislação nacional

- 2004
  - Lei n.º 47/2004, de 19 de agosto - Aprova a Lei-quadro dos Museus Portugueses.
- 2006
  - Lei n.º 46/2006, de 28 de agosto - Proíbe e pune a discriminação, em razão da deficiência e da existência de risco agravado de saúde.
  - Decreto-Lei n.º 163/2006, de 8 de agosto - Define as condições de acessibilidade a satisfazer no projeto e na construção de espaços públicos, equipamentos coletivos e edifícios públicos e habitacionais
- 2007
  - Decreto-Lei 74/2007, de 27 de março - Alarga o regime consagrado no Decreto-Lei n.º 118/99, de 14 de abril, às pessoas com deficiência sensorial, mental, orgânica e motora e reconhece, expressamente, o direito de estes cidadãos acederem a locais, transportes e estabelecimentos públicos acompanhados de cães de assistência.
  - Lei n.º 67/2007, de 31 de dezembro - Aprova o regime de responsabilidade civil extracontratual do Estado.
- 2009
  - Resolução da Assembleia da República n.º 56/2009, de 30 de julho - Aprova a Convenção sobre os Direitos das Pessoas com Deficiência, adotada em Nova Iorque em 30 de Março de 2007.

- 2011

- Lei n.º 36/2011, de 21 de junho - Define as normas e formatos digitais a adotar pela Administração Pública.

- 2012

- Resolução do Conselho de Ministros n.º 91/2012 de 8 de novembro - A administração Pública Portuguesa adota as Normas WCAG 2.0 do WC3 através da publicação do Regulamento Nacional de Interoperabilidade Digital (RNID). O RNID é uma das peças da Lei n.º 36/2011, de 21 de junho referida atrás.
- Resoluções da Assembleia da República n.º 131 e 132/2012, 19 de outubro - Recomendam ao Governo uma estratégia para promoverem o turismo acessível em Portugal.

- 2013

- Resolução do Conselho de Ministros n.º 24/2013, de 16 de abril - Aprova a revisão do Plano Estratégico Nacional do Turismo (PENT) para 2013-2015.

- 2014

- Resolução da Assembleia da República n.º 102/2014, de 23 de dezembro - Recomenda ao Governo o cumprimento da legislação sobre acessibilidades e medidas mais eficazes para a eliminação de barreiras arquitetónicas.
- Resolução da Assembleia da República n.º 103/2014, de 23 de dezembro - Incide sobre a eliminação das barreiras arquitetónicas pela garantia do direito de todos os cidadãos à mobilidade e à acessibilidade.

- 2016

- Despacho normativo n.º 11/2016, de 28 de outubro – Aprova a Linha de Apoio ao Turismo Acessível e define as condições de candidatura.

---

# 15 ANEXO2

## **– Alguns prestadores de serviços e fornecedores de equipamento**

---

|       |                                                       |     |
|-------|-------------------------------------------------------|-----|
| 15.1. | Escrita em linguagem simples                          | 98  |
| 15.2. | Estratégias globais de comunicação acessível          | 98  |
| 15.3. | Audiodescrição                                        | 98  |
| 15.4. | Outras soluções para pessoas cegas ou com baixa visão | 98  |
| 15.5. | Interpretação em Língua Gestual                       | 99  |
| 15.6. | Maquetes                                              | 100 |
| 15.7. | Guias multimédia (áudio e videoguias)                 | 100 |

### 15.1. Escrita em linguagem simples

✓ CLARO  
<http://www.claro.pt/> ou <http://www.claro.pt/blog/> e [info@claro.pt](mailto:info@claro.pt)

### 15.2. Estratégias globais de comunicação acessível

✓ IDEA - Informática e Design, Lda.  
<http://www.idea.pt/> e [geral@idea.pt](mailto:geral@idea.pt)

### 15.3. Audiodescrição

✓ Anaísa Raquel  
[anaisaraquel.ad@gmail.com](mailto:anaisaraquel.ad@gmail.com)

✓ Maria Faial  
[mariafaial@gmail.com](mailto:mariafaial@gmail.com)

### 15.4. Outras soluções para pessoas cegas ou com baixa visão

✓ Ataraxia  
<http://www.ataraxia.pt/> e [ataraxia@ataraxia.pt](mailto:ataraxia@ataraxia.pt)

✓ UEST- Unidade de Equipamentos e Serviços Tiflotécnicos, Lda.  
[facebook: UEST- Unidade de Equipamentos e Serviços Tiflotécnicos, Lda.](#)

✓ Eletrosertec  
[www.electrosertec.pt](http://www.electrosertec.pt) e [Info@sertec.pt](mailto:Info@sertec.pt)

✓ Tiflotecnia  
<http://www.tiflotecnia.com/> e [tiflotecnia@tiflotecnia.com](mailto:tiflotecnia@tiflotecnia.com)

## 15.5. Interpretação em Língua Gestual

- ✓ Serviin  
<http://www.portaldocidadaosurdo.pt/Serviin> e [geral@portaldocidadaosurdo.pt](mailto:geral@portaldocidadaosurdo.pt)
- ✓ CTILG - Serviços de Tradução e Interpretação de Língua Gestual  
<http://www.ctilg.pt/> e [geral@ctilg.pt](mailto:geral@ctilg.pt)
- ✓ ANAPI – LG: Associação Nacional dos Profissionais de Interpretação – Língua Gestual  
<http://anapilg.pt/> e [anapilg.dir@gmail.com](mailto:anapilg.dir@gmail.com)
- ✓ ATILGP - Associação de Tradutores e Intérpretes de Língua Gestual Portuguesa  
<http://www.atilgp.pt/> e [direcao@atilgp.pt](mailto:direcao@atilgp.pt)
- ✓ PORSINAL - Associação de Intérpretes de Língua Gestual Portuguesa  
<http://www.porsinal.pt/> e [ailgp@mail.telepac.pt](mailto:ailgp@mail.telepac.pt)
- ✓ Hands to discover  
<http://www.handstodiscover.com/> e [info@handstodiscover.com](mailto:info@handstodiscover.com)
- ✓ Joana Sousa  
[sjoana\\_rita@hotmail.com](mailto:sjoana_rita@hotmail.com)
- ✓ Renato Coelho  
[renatof\\_coelho@hotmail.com](mailto:renatof_coelho@hotmail.com)

## 15.6. Maquetes

- ✓ Blue Line  
<http://www.blueline.pt/> e [bl@blueline.pt](mailto:bl@blueline.pt)
- ✓ 3D Factory  
<http://www.3dfactory.pt/> e [info@3dfactory.pt](mailto:info@3dfactory.pt)

✓ NORIGEM - Estudos e projetos de arquitetura, Lda.  
[www.norigem.pt](http://www.norigem.pt) e [info@norigem.pt](mailto:info@norigem.pt)

✓ Escala Atelier Maquetas Lda.  
[escalalda@mail.telepac.pt](mailto:escalalda@mail.telepac.pt)

### **15.7. Guias multimédia (áudio e videoguias)**

✓ Realizasom  
<http://realizasom.com/pt/> e [info@realizasom.com](mailto:info@realizasom.com)

### **15.8. Formação**

✓ Direção Geral do Património Cultural  
<http://www.patrimoniocultural.gov.pt>

✓ Instituto Nacional de Reabilitação  
<http://www.inr.pt>

✓ ACESSO CULTURA  
<https://acessocultura.org/>

### **15.9. Consultoria e outros serviços**

✓ ACESSO CULTURA  
<https://acessocultura.org/>

#### **Nota**

Todas as páginas de internet referidas nesta publicação estavam ativas e disponíveis para consulta em dezembro de 2016.

---

# 16 **ANEXO3 – Bibliografia**

---

- ALL FOR ALL (programa de apoio ao turismo acessível ) disponível em <http://www.turismodeportugal.pt/Português/turismodeportugal/all-for-all/Pages/all-for-all.aspx>
- Ambrose, I. (2012). *European Policies for Accessible Tourism*, in D. Buhalis, S. Darcy, & I. Ambrose (eds.), “Best Practice in Accessible Tourism. Inclusion, Disability, Ageing Population and Tourism”, Bristol, Channel View Publications, pp.19-35.
- Aragall, F., Neumann, P., & Sagramola, S. (2008). *Conceito Europeu de Acessibilidade para Administrações*. Lisboa, Instituto Nacional para a Reabilitação.
- Buhalis, D. & S. Darcy (eds). 2010. *Accessible Tourism: Concepts and Issues*. Bristol, Channel View Publications
- Buhalis, D., S. Darcy, & I. Ambrose (eds). 2012. *Best Practice in Accessible Tourism. Inclusion, Disability, Ageing Population and Tourism*. Bristol, Channel View Publications.
- Card, J., Shu, T. C., & Humphrey, A. (2006). A Comparison of the Attitudinal Barriers Model: Travel Providers and travellers with physical disabilities. *Asian Pacific Journal of Tourism Research*, 9, pp. 205-216.
- Center for Universal Design (1997). *Universal Design Principles*. Acessível em [http://www.ncsu.edu/ncsu/design/cud/about\\_ud/udprinciplestext.htm](http://www.ncsu.edu/ncsu/design/cud/about_ud/udprinciplestext.htm)
- Declaração de San Marino (2014). Turismo de Portugal. Acessível em (<http://www.turismodeportugal.pt/Portugu%C3%AAs/AreasAtividade/desenvolvimentoenovacao1/Documents/declaracao-San-Marino-turismo-acessivel-Europa.pdf>)
- Deville, E., Kastenholz, E., & Santiago, R. (2010). *Inibidores à participação das pessoas com deficiência nas atividades turísticas*, in N. Abranja, A. Marques, F. Coelho, & I. Carneiro (Eds.), “Turismo Acessível - Estudos e Experiências”, Mangualde, Edições Pedagogo, pp. 35-49.
- Durão, M., & Carneiro, M. (2010). *Interpretação: Uma Perspetiva sobre a Acessibilidade nos Museus Portugueses*, in N. Abranja, A. Marques, F. Coelho, & I. Carneiro (Eds.), “Turismo Acessível - Estudos e Experiências”, Mangualde, Edições Pedagogo, pp. 75-92
- European Commission – EC (2014). *Economic Impact and Travel Patterns of Accessible Tourism in Europe – Final Report*, Study carried on by GfK, University of Surrey, Neumann Consultants and Pro-Solutions. Acessível em [https://www.google.pt/?gws\\_rd=cr&ei=4x36Ur7WlabpywO2-4HADQ#q=economic+impact+and+travel+patterns+of+accessible+tourism+in+europe+%E2%80%93+final+report](https://www.google.pt/?gws_rd=cr&ei=4x36Ur7WlabpywO2-4HADQ#q=economic+impact+and+travel+patterns+of+accessible+tourism+in+europe+%E2%80%93+final+report)
- Goodall, B. (2006). Disabled access and heritage attractions. *Tourism Review International*, 7, pp. 57-78.
- Hausemer, P., I. Ambrose, K. Ito, M. Auzinger (2014). *Mapping skills and training needs to improve accessibility in tourism services. Twenty Case Studies*. EU Study
- Acessível em [https://www.google.pt/search?q=Mapping+skills+and+training+needs+to+improve+accessibility+in+tourism+services.+Twenty+Case+Studies&ie=utf-8&oe=utf-8&client=firefox-b-ab&gfe\\_rd=cr&ei=9BlzW0mVJpOt8weLnbPgAg](https://www.google.pt/search?q=Mapping+skills+and+training+needs+to+improve+accessibility+in+tourism+services.+Twenty+Case+Studies&ie=utf-8&oe=utf-8&client=firefox-b-ab&gfe_rd=cr&ei=9BlzW0mVJpOt8weLnbPgAg)
- Huh, C., & Singh, A. (2007). Families travelling with a disabled member: Analysing the potential of an emerging niche market segment. *Tourism and Hospitality Research*, 7 (3/4), pp. 212-229.

- Instituto Nacional de Estatística - INE (2011). Censos. O envelhecimento em Portugal: situação demográfica e socioeconómica recente das pessoas idosas. Acessível em [https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine\\_destaques&DESTAQUESdestboui=107624784&DESTAQUEStema=55466&DESTAQUESmodo=2](https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_destaques&DESTAQUESdestboui=107624784&DESTAQUEStema=55466&DESTAQUESmodo=2)
- Instituto Nacional de Estatística - INE (2012). Censos - Resultados definitivos. Acessível em [https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpgid=ine\\_main&xpid=INE](https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpgid=ine_main&xpid=INE)
- Instituto Nacional de Reabilitação - INR (2009). O que é a CIF? Acessível em <http://www.inr.pt/content/1/55/que-cif>
- Instituto Nacional de Reabilitação - INR (2011). O Turismo Acessível em Portugal: Lei, Oportunidades Económicas, informação. P. Homem Gouveia (coord. projeto), Lisboa, Instituto Nacional de Reabilitação. Coleção Informar, nº5.
- Juncá, J. (1997). *Diseño Universal: factores clave para la accesibilidad Integral*. Castilla-La Mancha, COCEMFE.
- Neves, J. (2007). Vozes que se veem. Guia de Legendagem para Surdos. Leiria: IPL e Universidade de Aveiro
- Neves, J. (2011). Imagens que se Ouvem. Guia de audiodescrição. Lisboa: IPL e INR
- Organização Mundial de Saúde - OMS (2002). International classification of functioning and disability. Geneva, World Health Organization.
- Organização Mundial de Saúde - OMS (2004). CIF - Classificação Internacional de Funcionalidade, Incapacidade e Deficiência. Lisboa, Organização Mundial de Saúde.
- Organização Mundial de Saúde - OMS (2007). Global Age-friendly Cities: A Guide. Acessível em [http://www.who.int/ageing/publications/Global\\_age\\_friendly\\_cities\\_Guide\\_English.pdf](http://www.who.int/ageing/publications/Global_age_friendly_cities_Guide_English.pdf)
- Organização Mundial de Saúde - OMS (2011). *World Report on Disability*. Acessível em [http://www.who.int/disabilities/world\\_report/2011/report.pdf](http://www.who.int/disabilities/world_report/2011/report.pdf)
- Pearn, M. (2011). *Heritage Sites: Attitudinal and Experimental Differences of Disabled and Able-bodied Visitors*, in S. Darcy, & D. Buhalis, "Accessible Tourism: Concepts and Issues", Bristol, Channel View, pp. 201-213
- PERFIL (2011) - Relatório do Estudo "Turismo Inclusivo – Competências de Atendimento de Pessoas com Deficiência"
- Poria, Y. (2009). People with disabilities visit art museums: an exploratory study of obstacles and difficulties. *Journal of heritage tourism*, 4 (2), pp. 117 -129
- Story, M., Mueller, J., & Mace, R. (1998). *The Universal Design File: Designing for People of all Ages and Abilities*. USA, Centre for Universal Design.
- Suntikul, W. (2014). Best practice in accessible tourism: inclusion, disability, ageing population and tourism. *Current issues in tourism*, 17 (1), pp.102 -104
- Tourism for all (2008). National Accessible Scheme. Descriptions and logos. Acessível em <https://www.tourismforall.org.uk/National-Accessible-Scheme.html>

- University of Surrey, ProAsolutions, Neumann Consult, GFK. (2014). Presentation of the key study findings Economic Impact and Travel Patterns of Accessible Tourism in Europe. Acessível em <http://www.accessibletourism.org/?i=enat.en.presentations.1578>
- United Nations Tourism World Organisation (1999). Código Mundial de Ética do Turismo. Santiago do Chile, acessível em <http://ethics.unwto.org/sites/all/files/docpdf/portugal.pdf>
- United Nations Tourism World Organisation (2013). Updating of the Recommendations on Accessible Tourism for All of 2005. Resolution A/RES/637(XX) of August 2013. Recommendations developed with the support of the ONCE Foundation for Social and Economic Inclusion of People with Disabilities (Spain) and the European Network for Accessible Tourism (ENAT).
- VisitEngland (2016) National Accessible Scheme - accessible logos. Acessível em <https://www.visitengland.com/plan-your-visit/access-all/national-accessible-scheme>
- Walters, Diane (2007). Attracting zealots: responses to disability in museum collections and practice in the early 21st century (tese de doutoramento). Newcastle upon Tyne: University of Newcastle upon Tyne
- Walters, Diane (2009). Approaches in museums towards disability in the United Kingdom and the United States. *Museum Management and Curatorship*, 24(1), pp. 29-46