

A COMUNICAÇÃO INCLUSIVA NA DINAMIZAÇÃO E PRESERVAÇÃO DO PATRIMÔNIO CULTURAL

*Josélia Neves**

RESUMO

Reflexão teórica sobre acesso ao patrimônio cultural tangível e intangível na defesa de um novo paradigma de mediação cultural apoiado no modelo de comunicação inclusiva. Advoga-se que para a cultura fruir a toda e qualquer pessoa, haverá necessidade de eliminar todo tipo de barreiras, que vão desde a envolvente territorial e arquitetônica, às estratégias de preservação, interpretação e divulgação do acervo, às mídias e tecnologias utilizadas e, acima de tudo, à diversidade dos próprios conteúdos nas mais variadas situações comunicacionais. Da mesma forma, haverá que ter em mente o perfil e as necessidades específicas de cada potencial receptor, tomando por medida as suas capacidades e competências, numa abordagem positiva e não discriminadora. Ao centrar a experiência cultural num paradigma de diversidade humana e no design universal com potencial para a customização individualizada, toda e qualquer ação servirá múltiplos perfis, sem que se limite a qualquer um deles e muito menos que se centre na deficiência.

Palavras-chave: Comunicação inclusiva. Patrimônio cultural. Design universal. Multimodalidade. Diversidade.

ABSTRACT

INCLUSIVE COMMUNICATION TOWARDS THE PROMOTION AND PRESERVATION OF CULTURAL HERITAGE

Theoretical reflection on access to tangible and intangible cultural heritage in the defense of a new paradigm of cultural mediation based on the model of inclusive communication. It is argued that, in order to give everyone the opportunity to enjoy culture, there will be a need to eliminate the barriers to be found in the environment; in the preservation, interpretation and dissemination strategies; in the media and technologies used; and, above all, in the contents to be used in the most varied communication situations. Likewise, the profile and specific needs of each potential recipient should be addressed, taking into account their skills and competences, in a positive and non-discriminatory approach. By making the cultural experience be based on a paradigm of human diversity and universal design with the potential for individualized customization, every action will serve multiple profiles, without limiting them to any of them, much less by focusing on disability.

Keywords: Inclusive communication. Cultural heritage. Universal design. Multimodality. Diversity.

* Professora Titular do Departamento de Tradução e Interpretação da Hamad bin Khalifa University do Qatar.
E-mail: jneves@hbku.edu.qa

RESUMEN

LA COMUNICACIÓN INCLUSIVA EN LA DINAMIZACIÓN Y PRESERVACIÓN DEL PATRIMONIO CULTURAL

Reflexión teórica sobre el acceso al patrimonio cultural tangible en la defensa de un nuevo paradigma de mediación cultural asiente al modelo de comunicación inclusiva. Se aboga que, para dar la oportunidad a cualquier persona de fruir de la cultura, habrá necesidad de eliminar todo tipo de obstáculos que van desde el entorno territorial y arquitectónico a las estrategias de preservación, interpretación y divulgación del acervo a los medios y tecnología utilizados y, sobretudo, a la diversidad de los contenidos en las situaciones comunicacionales más variadas. De la misma forma, habrá que tener en mente el perfil y las necesidades específicas de cada potencial receptor, midiendo sus capacidades y competencias, con un abordaje positivo y no discriminatorio. Al centrar la experiencia cultural en un paradigma de diversidad humana y en el diseño universal con potencial para adaptación individualizada, toda y cualquier acción servirá a múltiples perfiles, sin que se limite a cualquiera de ellos y mucho menos que se centre en la deficiencia.

Palabras clave: Comunicación inclusiva. Patrimonio cultural. Diseño universal. Multimodalidad. Diversidad.

Enquadramento inicial

Qualquer abordagem à temática de acesso à cultura levar-nos-á inevitavelmente a uma referência direta ao artigo 27º, alínea 1, da Declaração Universal dos Direitos Humanos (ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS, 1948), no qual se lê que “toda a pessoa tem o direito de tomar parte livremente na vida cultural da comunidade, de fruir as artes e de participar no progresso científico e nos benefícios que deste resultam”. Por outro lado, na sua alínea v), a Convenção sobre os Direitos da Pessoa com Deficiência (ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS, 2008) faz eco deste direito referindo “a importância da acessibilidade ao ambiente físico, social, econômico e cultural, à saúde e educação e à informação e comunicação”, como forma de garantir às pessoas com deficiência “pleno gozo de todos os direitos humanos e liberdades fundamentais”. Inquestionável, enquanto direito, a efetiva concretização de condições de acesso em contexto cultural torna-se tão complexa quanto será o próprio conceito de “cultura” nas suas mais variadas realizações.

Numa tentativa de definir cultura enquanto patrimônio tangível e intangível de qualquer povo, a Convenção para a Proteção do Patrimônio Mundial, Cultural e Natural (ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS PARA A EDUCAÇÃO, A

CIÊNCIA E A CULTURA, 1972) apela à sua preservação e divulgação em reconhecimento do seu papel no entendimento entre os povos. Desde então, os três organismos internacionais responsáveis por zelar pelo Patrimônio Cultural da Humanidade – o Comitê do Patrimônio Mundial (WHC), o Centro Internacional de Estudos para a Conservação e a Restauração de Bens Culturais (ICCROM) e o Conselho Internacional dos Monumentos e Locais (ICOMOS) –, bem como a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO), têm lançado sucessivas diretivas reforçando o valor do patrimônio cultural enquanto habitáculo de tradições e saberes que importa manter vivos, no envolvimento tanto dos nativos de um território quanto dos turistas que o visitam (ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS PARA A EDUCAÇÃO, A CIÊNCIA E A CULTURA, 2001, 2003, 2006; UNITED NATIONS CONFERENCE ON HOUSING AND SUSTAINABLE URBAN DEVELOPMENT, 2015). A título de exemplo, a Declaração de Budapeste (COMITÊ DO PATRIMÔNIO MUNDIAL, 2002), a Convenção de Faro (CONSELHO DA EUROPA, 2005), e a Declaração de Québec (CONSELHO INTERNACIONAL DOS MONUMENTOS E LOCAIS, 2008) têm em

muito contribuído para que o patrimônio cultural seja valorizado enquanto organismo vivo e mutável, motor de desenvolvimento social, de elevado valor aglutinador e criativo.

Na última década, a ligação direta entre cultura, patrimônio e turismo tem sido crescente, tendo este último vindo a ser uma importante alavanca no desenvolvimento de processos de promoção cultural, com elevado impacto tanto nos visitantes nacionais e estrangeiros, quanto nas populações locais. Wiedower (2013) sintetiza turismo patrimonial e cultural como qualquer deslocamento para “experienciar” locais e atividades que representem as histórias e os povos do passado e do presente com autenticidade. Para que tal aconteça de forma efetiva, esta estudiosa afirma haver quatro preocupações: 1) avaliar o potencial; 2) planificar e organizar; 3) preparar a visita, proteger e administrar os recursos culturais, históricos e naturais; e 4) divulgar. Os passos aqui elencados estarão na base de toda e qualquer ação cultural, na medida em que neles se alicerçam as várias ações necessárias à experiência cultural. A esta listagem, falta, no entanto, uma referência concreta a um elemento fundamental: o conhecimento cabal das pessoas a quem se quer proporcionar essa mesma experiência. Ao identificar potenciais recetores de qualquer atividade cultural, enquanto grupo(s) ou indivíduo(s) com interesses, conhecimento e experiência prévia diversificados, bem como competências motoras, sensoriais e cognitivas únicas, poder-se-á determinar possíveis formas de interação e engajamento.

Essa necessidade de conhecer o público tem sido amplamente advogada, particularmente em contextos que procuram ser inclusivos, tendo pessoas com deficiência como seus potenciais “clientes com necessidades especiais”. Esta abordagem centrada na incapacidade é hoje questionável, particularmente perante movimentos como os de Design para a Experiência (UX), Design Centrado no Utilizador (UCD) ou o Design Centrado no Ser Humano (HCD), que consideram que toda pessoa tem “necessidades especiais”, ou melhor, “necessidades específicas”, que advêm do seu perfil pessoal, conforme acima descrito. Na mesma linha de pensamento, embora numa abordagem diametralmente oposta, encontram-se os preceitos

do Design Universal (UD) – também conhecido como Design Total, Design para Todos ou Design Inclusivo –, que advoga a possibilidade de se encontrar denominadores comuns que garantam usabilidade alargada, independentemente do perfil de cada utilizador. Qualquer das abordagens – a da individualização (UX, UCD e HCD) ou a da universalidade (UD) – é potenciada pelas novas tecnologias que hoje permitem elevados níveis de interoperabilidade e a customização de interfaces, permitindo fazer chegar informação nas línguas, formas e meios mais convenientes a cada utilizador. Os limites impostos pelo “aqui e agora” do mundo real, veem-se hoje ultrapassados pela possibilidade do “em qualquer lugar, a qualquer momento, por e para qualquer pessoa” (SOCOL, 2008). Por outro lado, aplicações concretas da Internet das Coisas (IoT) entraram na vida de todas as pessoas, fazendo com que o mundo real e o mundo virtual se conjuguem e complementem, através de aplicação de ambientes inteligentes (*smart*), realidade virtual e aumentada e demais estratégias imergentes.

Perante o quadro acima traçado, dar a cultura a fruir – a toda e qualquer pessoa – implicará eliminar todo tipo de barreiras, que vão desde a envolvente territorial e arquitetônica, às estratégias de preservação, interpretação e divulgação do acervo, às mídias e tecnologias utilizadas e, acima de tudo, à qualidade e diversidade dos próprios conteúdos nas mais variadas situações comunicacionais. Da mesma forma, deve-se ter em conta o perfil e as necessidades específicas de cada potencial visitante ou utilizador, tomando por medida as suas capacidades e competências, numa abordagem positiva e não discriminadora. Ao centrar a experiência cultural num paradigma de diversidade humana e no design universal com potencial para a customização individualizada, toda e qualquer ação servirá múltiplos perfis, sem que se limite a qualquer um deles e muito menos que se centre na deficiência. Tal proposta baseia-se na “eficiência comunicativa”, possibilidade que se passa a explanar em detalhe.

Patrimônio, comunicação e o mundo como texto

Para encetar a discussão sobre o que se entende por cultura, relembrem-se as suas duas componen-

tes – o patrimônio tangível (material) e intangível (imaterial) –, simbioticamente interligadas enquanto saber acumulado e expressão de um povo. Bouchenaki (2004, p. 08, tradução nossa) considera patrimônio intangível como sendo a estrutura dentro da qual o patrimônio tangível adquire forma e significado, “a concretização das normas e valores subjacentes”. Por seu lado, Koïchiro (2004, p. 04, tradução nossa) refere que o patrimônio tangível incorpora componentes intangíveis, tais como “valores espirituais, símbolos, significados, conhecimento sobre artesanato e métodos de construção”. Refere ainda a existência de patrimônio que não se manifesta necessariamente de forma tangível, como acontece com “tradições orais, línguas, cantares, dança, rituais, festividades e práticas sociais” (KOÏCHIRO, 2004, p. 4), tradução nossa). Duas faces da mesma moeda, será mais adequado afirmar que a cultura se manifesta na forma de “patrimônio misto”, com várias componentes obrigatoriamente interligadas entre si para “dar voz” à identidade de um povo.

As considerações aqui tecidas derivam da Convenção para a Salvaguarda do Patrimônio Cultural Imaterial (ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS PARA A EDUCAÇÃO, A CIÊNCIA E A CULTURA, 2003), focalizada na preservação do patrimônio intangível, cujo artigo 2º refere ser: “constantemente recriado pelas comunidades e grupos em função de seu ambiente, de sua interação com a natureza e de sua história.” Em suma, a cultura comunica-se, de forma viva e dialogante, em atos de constante cocriação entre quem promove e quem recebe esse legado. Desta feita, a transmissão cultural dá-se no tempo presente de cada concretização, em tantos atos comunicacionais quantos os momentos de contato pessoal e social havidos. Em cada instância, dá-se e recria-se cultura numa variedade infinita de “objetos culturais” ou “textos”, inicialmente codificados pelos seus emissores para serem “lidos” e entendidos por quem integra determinada comunidade, para só depois serem apresentados a pessoas externas, como serão os turistas, os pesquisadores ou demais pessoas interessadas em compreender o “outro” na sua diversidade e unicidade.

É no momento em que se pretende estabelecer esse diálogo que surge a necessidade de mediação

através da curadoria, interpretação e eventuais serviços de tradaptação (tradução e/ou adaptação) e de comunicação inclusiva (GARCIA; NEVES; MINEIRO, 2017; NEVES, 2007, 2011) para que diferentes receptores possam aceder às várias mensagens em condições ideais. De igual modo, se toda ação cultural for encarada como um ato comunicativo efetivo, ter-se-á atingido um patamar de acessibilidade significativo e abrangente, pois só se dá comunicação quando nesta não existem barreiras. Finalmente, ao tomarmos todo patrimônio cultural como manifestação pessoal e coletiva, toma-se todo patrimônio tangível – monumentos, conjuntos e locais de interesse e tudo o que eles comportam (ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS PARA A EDUCAÇÃO, A CIÊNCIA E A CULTURA, 1972) –, bem como todo patrimônio intangível nele espelhado, como objeto(s) a comunicar, passando o mundo a ser visto como “texto”, composto por e para pessoas, passível de múltiplas interpretações e, portanto, ponto fulcral de qualquer ação em prol de uma maior acessibilidade.

Comunicação e acessibilidade... universal

O esquema básico da comunicação, conforme proposto pelo semiólogo Ferdinand Saussure (1857-1913), contempla um *emissor* ou destinatador (a pessoa, grupo ou instituição) que emite uma mensagem; um *receptor* ou destinatário a quem se destina a mensagem; um *código* (formado por sinais organizados) verbal ou não verbal, idealmente partilhado pelo emissor e pelo receptor; um *canal* por onde a mensagem circula, pondo o emissor e o receptor em contato; uma *mensagem* ou conteúdo, o objeto da comunicação; e um *referente*, o contexto ou situação a que a mensagem se refere, situado num tempo e espaço partilhado pelo emissor e pelo receptor. Ao transpormos este modelo à manifestação cultural, e agora no paradigma austineano ou searleano, toda manifestação cultural poderá ser tida como um “ato de fala” complexo, em que o que é dito vale tanto quanto o que não é dito, e o que é subliminarmente transmitido vale tanto quanto o que é expresso. Desta feita, comunicação em

contexto cultural implica variadíssimos graus de intercompreensão, e para que esta seja possível, o “outro” deverá ter “portas de entrada” para as várias camadas de significação – da forma e no espírito – expressas através do patrimônio material e imaterial a partilhar.

Quando se fala em acessibilidade, em termos gerais e em contexto cultural, muito raramente a abordamos enquanto componente inerente ao ato comunicativo e menos vezes ainda de forma holística e sistêmica. Tradicionalmente, a acessibilidade surge como suprimento de lacunas e eliminação de barreiras – depois de serem detectadas –, como solução para problema, correção póstuma de algo que idealmente teria funcionado de forma “correta” desde o início. Na maioria dos casos, tais “soluções” centram-se na componente mais material da vida sem que sejam tidas em conta as barreiras imperceptíveis que continuam a impedir que toda pessoa aceda tanto à “forma” como ao “espírito” dos elementos culturais de um povo.

Essa visão redutora, frequentemente ligada à noção mais tradicional de “acessibilidade” em relação a pessoas com deficiência, materializa-se enquanto adaptação arquitetônica, tecnologias de apoio ou serviços de acessibilidade, e diferentes modalidades de comunicação alternativa e aumentativa. Tal acontece pelo fato de cada manifestação cultural se dar inicialmente de forma espontânea para só depois ser “adaptada” para fins de divulgação. Dá-se desse modo, também, por não estar ainda enraizada na prática social atual a consciência de que tudo o que fazemos e nos rodeia é comunicação. Por muito meritórias que sejam, todas as medidas de acessibilidade que sejam centradas no suprimento das “necessidades especiais” dos agentes, por incapacidade(s) a si inerentes, surgirão como fator “adaptado” e pouco natural, sempre discriminatório, mesmo que de caráter positivo. Sempre que a acessibilidade é tida como “assistência”, ostensivamente rotulada “para pessoas com deficiência”, veem-se violados os princípios básicos da igualdade de oportunidades, não discriminação e é posto em causa o respeito pela diversidade humana, pois esta vê-se acentuada na própria solução apresentada. Se a cultura é compreendida como potencial veículo para a compreensão entre os povos, respeito pela

diversidade humana enquanto riqueza a preservar, e alavanca para o progresso e criatividade, então será de questionar a aplicação deste velho paradigma de acessibilidade no contexto cultural, para advogar um outro paradigma: o da acessibilidade universal apoiada no modelo comunicativo.

Para a discussão desse “novo” paradigma, parte-se das premissas acima elencadas e que se sintetizam da seguinte forma: tudo é comunicação e toda manifestação cultural é um ato de fala (de um povo) que se manifesta em múltiplos textos (com marcas pessoais, sociais, religiosas, filosóficas e políticas, temporais e geográficas) a serem consumidos por diversos receptores em múltiplos contextos. Para que a comunicação se dê, há que comunicar de forma efetiva. Para tal é necessário conhecer o perfil dos interlocutores e garantir que cada elemento da cadeia comunicativa está, desde o início, isento de ruídos ou barreiras. Na compreensão de que toda comunicação humana se dá porque há mensagens a partilhar, haverá que garantir diversidade de recursos na proporção da diversidade humana. Tal resume-se a que as mensagens sejam transmitidas de forma clara e efetiva, que os códigos e canais utilizados sejam variados, e que o referente seja apreendido e compreendido por cada um, num ambiente comunicativo criado à medida das suas competências. É este propósito que o design universal visa atingir ao propor-se assegurar que ambientes, produtos, serviços e interfaces sejam adequados a pessoas de todas as idades e habilidades em diferentes situações e sob variadas circunstâncias (EUROPEAN DESIGN FOR ALL E-ACCESSIBILITY NETWORK, 2001). O ideal do design universal – uma solução para todos – não significará necessariamente uma só solução, mas sim tantas soluções quantas forem necessárias para que “cada um” seja servido. Neste contexto, a deficiência é apenas uma componente do universo humano. Nem sequer é equacionada enquanto variável, pois o que interessa é compreender como as pessoas em geral comunicam e interagem com o mundo. A realidade última é que toda comunicação se dá através dos sentidos. Portanto, para que o mundo se comunique, basta que se ofereça enquanto “texto multimodal” que possa ser “lido” através de vários sentidos.

O texto cultural: objeto multimodal a ser consumido de forma multissensorial

Por “texto cultural” tome-se, aqui, toda e qualquer manifestação do patrimônio tangível (material) e intangível (imaterial). Leia-se, numa citação da Convenção para a Proteção do Patrimônio Mundial, Cultural e Natural (ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS PARA A EDUCAÇÃO, A CIÊNCIA E A CULTURA, 1972):

art. 1º

Os monumentos. – Obras arquitetônicas, de escultura ou de pintura monumentais, elementos de estruturas de caráter arqueológico, inscrições, grutas e grupos de elementos com valor universal excepcional do ponto de vista da história, da arte ou da ciência;

Os conjuntos. – Grupos de construções isoladas ou reunidos que, em virtude da sua arquitetura, unidade ou integração na paisagem têm valor universal excepcional do ponto de vista da história, da arte ou da ciência;

Os locais de interesse. – Obras do homem, ou obras conjugadas do homem e da natureza, e as zonas, incluindo os locais de interesse arqueológico, com um valor universal excepcional do ponto de vista histórico, estético, etnológico ou antropológico.

Leia-se igualmente, agora em citação da Convenção para a Salvaguarda do Patrimônio Cultural Material (ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS PARA A EDUCAÇÃO, A CIÊNCIA E A CULTURA, 2003):

art. 2º

1. Entende-se por “patrimônio cultural imaterial” as práticas, representações, expressões, conhecimentos e técnicas - junto com os instrumentos, objetos, artefatos e lugares culturais que lhes são associados - que as comunidades, os grupos e, em alguns casos, os indivíduos reconhecem como parte integrante de seu patrimônio cultural. [...]
2. O “patrimônio cultural imaterial”, conforme definido no parágrafo 1 acima, se manifesta em particular nos seguintes campos: a) tradições e expressões orais, incluindo o idioma como veículo do patrimônio cultural imaterial; b) expressões artísticas; c) práticas sociais, rituais

e atos festivos; d) conhecimentos e práticas relacionados à natureza e ao universo; e) técnicas artesanais tradicionais.

Diante disso, as múltiplas realidades são objetos textuais complexos, expressos por signos diversos e comportando subtextos e componentes variadas, cada uma, um novo texto em si mesmo.

Tomemos uma igreja enquanto exemplo de texto multimodal complexo. Em primeiro lugar trata-se de uma edificação arquitetônica que obedece a elementos de composição, a técnicas de construção e a normas de expressão (estilo) que falam de uma época, território, contexto social e utilização. Cada janela, ogiva e altar serão subtextos (ou capítulos) dentro do todo. Cada peça ou objeto nela encontrada contará a sua própria “estória”, contribuindo também para o grande texto que é o monumento em si. Se a estas componentes juntarmos os ritos, cerimoniais, cânticos, e demais ações que naquele recinto se derem, multiplicam-se os tipos textuais e as modalidades em que se manifestam.

Um outro contexto será o do museu, que existe enquanto espaço, acervo e ação, numa composição mediada de acordo com as abordagens curatoras vigentes. Aqui, à semelhança do que se descreve no exemplo acima, são vários e múltiplas as tipologias textuais explícitas e implícitas. Para além da expressão espacial condicionada pelo espaço edificado, verificar-se-á componentes textuais na abordagem curadora e expositiva (em vitrine, na parede, para fruição visual ou interação multissensorial etc.); na imposição de determinada orientação de visita; na sinalética e demais materiais informativos e interpretativos (folhetos, folhas de sala, textos de parede, legendas etc.); demais elementos de interação e informação (audioguias e videoguias, estações interativas etc.). A estes textos concretos poder-se-á juntar ainda as mensagens trocadas em ações educativas e demais animações culturais que naquele espaço se possam dar.

Um terceiro exemplo advém de uma qualquer instância de espetáculo ao vivo ou de artes performativas, ou mesmo de exibição de cinema. Aqui se repete a ocorrência de múltiplos fatores, ou componentes textuais. Para além do espaço e dos códigos de conduta que se esperam naquele local – pessoas sentadas numa sala enquanto re-

ceptores (mais ou menos) passivos de uma ação que se dá num palco ou sobre uma tela –, surgem múltiplos textos explícitos (folhetos, informação online, legendas etc.), também eles codificados em variadíssimas formas e oferecendo-se a múltiplas leituras. A estes, juntar-se-ão as diversas mensagens verbais e não verbais que se possam dar sobre o palco. Todas elas certamente carregadas de múltiplos sentidos e possíveis cargas simbólicas e patrimoniais.

A temporalidade e a corporalidade dos contextos acima descritos darão lugar ainda a novos textos, recreações ou interpretações do tangível, sempre que as mensagens sejam transportadas para novos suportes e contextos. Será o caso, por exemplo, de recreações fotográficas e audiovisuais de qualquer realidade física, ou a sua presença virtual na forma de página Web ou demais manifestações em redes sociais. Enquanto o texto material será acessado *in loco*, obrigando o receptor a se deslocar até ele para vivenciá-lo em sincronia temporal, interagindo com o espaço e com quantos nele habitam; na versão digital (www), transporta-se o local para uma plateia global, permitindo um alargamento exponencial dos receptores possíveis numa maior diversificação cultural e linguística, bem como do tempo, do espaço e do modo de acesso.

Tais possibilidades levam a que se ponha em causa a natureza da tangibilidade ou materialidade do texto cultural – na sua realização física e/ou virtual –, para ser vivenciado, em presença ou a distância, com ou sem interpretação e/ou mediação, por quantos receptores houver. Quanto maior a abrangência, maior a diversidade e maior a necessidade de se encontrar condições de acessibilidade universal, pois urge chegar ao maior número possível de pessoas, da forma mais eficaz e com o menor custo possível, para quem produz e para quem consome. Por “custo”, entenda-se igualmente a componente financeira e o esforço pessoal, pois todo acesso à cultura deve ser financeiramente comportável por todas as partes envolvidas, bem como ser fruída em total conforto e bem-estar.

Seja em contexto físico ou virtual, todo e qualquer texto é, em si mesmo, um objeto multimodal. Raramente uma mensagem consegue ser transmitida sem que queira vários sentidos na sua

recepção. Até mesmo a fala e a escrita, nas suas formas mais básicas, envolvem vários sentidos para que sejam perfeitamente entendidas. Desta feita, quantos mais sentidos forem convocados na descodificação de um qualquer texto, maiores as probabilidades de ele ser efetivamente apreendido. Será por esta razão que qualquer ato de mediação do texto cultural deva partir do seguinte pressuposto: acessibilidade comunicacional visa realçar a composição multimodal do patrimônio, tornando-o acessível a todos ao aplicar estratégias de comunicação complementares e variadas que permitam alargar as formas sensoriais de recepção.

Modelos de acesso e acessibilidade cultural

O esforço requerido aos promotores e consumidores de patrimônio cultural tem sido fator mobilizador ou dissuasor de ofertas culturais acessíveis. Em casos positivos, vê-se concretizado o direito ao acesso e à participação ativa na vida social de qualquer povo. Tal constatação leva a que se distinga entre o que se entende por “acesso” e “acessibilidade”. Por “acesso”, enquanto verbo ou substantivo, entenda-se “entrar/entrada”; por acessibilidade(s), os meios pelo qual tal acesso é concedido. Acessibilidade cultural, será, portanto, os meios pelo qual pessoas acedem aos textos através dos quais a cultura se manifesta.

O desenvolvimento de meios de acessibilidade requer a aplicação de modelos de acesso consistentes e abrangentes. Tomando o contexto museológico como referência, Dodd e Sandell (1998) elencaram patamares de acesso que, conforme sintetizados por Neves (2010), implicam acesso físico, sensorial, intelectual, econômico, emocional à esfera das decisões, à informação e acesso cultural. Os diferentes patamares de acesso ali referidos refletem uma política de corresponsabilização que tem norteado os progressos mais significativos na esfera do acesso à cultura. Para aqueles autores, o acesso ao objeto cultural é apenas uma componente de um todo mais alargado, que passa tanto pela esfera política e administrativa quanto pela partilha de conhecimento inerente a toda ação cultural. No referido artigo, Neves (2010, p. 113) parte do

referido modelo alargado para explicar um modelo “operacional” de acesso no qual inscreve as soluções concretas de acessibilidade. Desta feita, refere que acessibilidade em contexto cultural implica a aplicação de estratégias de mediação multimodal em quatro domínios: *divulgação e informação* (onde se dá a conhecer a existência da oferta cultural); *acesso e mobilidade* (no qual se inscreve a chegada e entrada, a mobilidade e orientação no espaço); *conforto e segurança* (no respeito pelo perfil individual e na garantia de condições de bem-estar); e *conhecimento e experiência* (o objetivo máximo de toda a oferta cultural). Esta abordagem, ali aplicada ao contexto museológico, é extensível a qualquer contexto cultural e, mais uma vez, reflete uma abordagem holística e abrangente em que toda a experiência cultural se centra na diversidade de pessoas e de soluções. Neste momento, ao modelo referido em 2010, urge acrescentar um novo ponto: o *pós-experiência*, momento em que se pode avaliar o impacto do evento e a eficácia dos processos e meios utilizados na referida oferta cultural. Toda experiência cultural começa antes e termina muito depois de se dar. Tal exigirá que toda ação cultural garanta total acessibilidade em cada um dos momentos, num *continuum* cíclico em que a avaliação de cada iniciativa é reconvertida em melhoramentos incorporados nas ações seguintes.

Estratégia cultural inclusiva: uma aposta comunicativa multi, inter, trans

As considerações acima tecidas levam-nos até o conceito central a esta reflexão, o da “inclusão”, aqui compreendida *latu sensu* como “1. ato ou efeito de abranger, compreender ou integrar; 2. ato ou efeito de inserir ou acrescentar; 3. corpo ou coisa incluída” (INFOPÉDIA, 2017). Termo frequentemente seguido de apostos, como “social”, “escolar” ou “digital”, entre outros, vê-se hoje fortemente conotado com ações ligadas a pessoas com deficiência, na nobre missão de dar a estes cidadãos condições para uma participação ativa em sociedade. Várias vezes aqui já referida, no contexto cultural, esta abordagem poderá ser tida como redutora, uma vez que o próprio conceito de cultura implica exclusão. Quem não pertence a determinada cultura ver-se-á dela “excluído”

por razões múltiplas, que serão, entre outras, de ordem social, política, religiosa, linguística ou simplesmente vivencial. Neste contexto, deficiência não será, por si mesma, fator de exclusão, mas apenas um dos fatores potenciadores. Assim sendo, mais do que querer “incluir”, em cultura, haverá necessidade de “mediar” no respeito pela diferença – tanto de quem promove como de quem consome.

Ao retirar o enfoque da pessoa com deficiência, crê-se que esta sai ganhando, na medida em que passa a ser “incluída” num universo mais amplo de “pessoas com necessidades específicas”. Todos estarão “incapacitados” de fruir plenamente a experiência cultural por razões como: a não compreensão da língua falada; não poderem ver ou ouvir, por terem uma contingência pessoal ou por haver barreiras ambientais, como o excesso de ruído ou fraca iluminação; ou por tantos outros motivos, como a incapacidade de se deslocar, por fatores motores ou por contingências geográficas ou territoriais. Como também já referido, nesta perspectiva, o objetivo não será tanto encontrar “soluções para problemas” quanto prever variados contextos de acesso (em presença ou a distância). Só assim se poderá passar a oferecer múltiplas estratégias de mediação passíveis de ser utilizadas por qualquer pessoa, em qualquer lugar e a qualquer momento.

Essa abordagem será guiada pela convergência de múltiplas estratégias comunicativas, apoiadas na *multimodalidade* (*multilingue, multiformato, multimídia e multissensorial*), desenvolvido por equipes *interdisciplinares* (decisores, promotores, especialistas, pessoas comuns), dedicadas a prever, prevenir e *transpor* todas as barreiras passíveis de existir. É neste contexto que se aborda toda a acessibilidade cultural enquanto mediação, adaptação ou ato de tradução intralinguística, interlinguística e intersemiótica (JAKOBSON, 1959). Retoma-se também a compreensão do “mundo como texto”, patrimônio cultural misto, passível de múltiplas interpretações, traduções e adaptações e assume-se todo ato cultural como uma ação em três tempos (antes, durante e depois).

Aparentemente ambiciosa e abrangente, essa abordagem, quando levada a cabo sistematicamente, poderá impulsionar a criatividade, fazendo cumprir em si mesma os mais importantes objetivos

de qualquer ação cultural: envolver as gentes locais no desenvolvimento de ações que reforcem a sua identidade, valorizando-a na sua promoção ao mesmo tempo que se fazem promover valores como o respeito pela diversidade humana e a valorização daquilo que de único cada cultura tem.

Estratégias de mediação e tradaptação multimodal: do “para pessoas com deficiência” até “para todos” ou “para cada um”

De forma a melhor compreender o papel da mediação ou tradaptação multimodal em contexto cultural, retoma-se o esquema de comunicação de Saussure: Quem? Diz o quê? Sobre o quê? A quem? Como? Para quê?

Em qualquer iniciativa cultural:

- a) “Quem”, será o promotor (pessoa ou instituição) que tem patrimônio tangível ou intangível a promover;
- b) “Diz o quê”: a ação / mensagens que o promotor quer fazer chegar a diferentes públicos;
- c) “Sobre o quê”, o referente da sua ação: o patrimônio;
- d) “A quem”: o destinatário da ação (público local ou estrangeiro, criança, adulto ou idoso; com ou sem deficiência, leigo ou especialista etc.);
- e) “Como”, serão os meios existentes ou a criar (analógicos ou tecnológicos) e as estratégias aplicadas ou a aplicar;
- f) “Para quê” implicará o efeito a atingir: informar, entreter, inspirar.

As alternativas a apresentar multiplicam-se na medida em que as variáveis “o quê”, “como” e “a quem” se cruzam. Criar respostas diferenciadas para cada circunstância surge como impraticável, dado os custos e o esforço que tal implicaria. Desta feita, haverá que determinar denominadores comuns (design universal) passíveis de contemplar o maior número possível de experiências/circunstâncias que cada utilizador irá cocriar no ato de recepção. Haverá também que pensar em alternativas adaptáveis, que possam ser transpostas, conjugadas e customizadas de acordo com circunstâncias individualizadas, sempre que necessário.

A multimodalidade surge acima referenciada como a forma de melhor comunicar cultura. Em traços breves, multimodalidade significará recorrer a meios e estratégias de comunicação complementares de modo a criar atos comunicativos multimodais que permitam a simultaneidade sensorial no momento da recepção. A título de exemplo: se o “texto” original for visual, deve-se dá-lo a conhecer de forma sonora ou tátil; se for não verbal, poder-se-á transmiti-lo através de palavras; ser for estático, recriá-lo através do movimento; se for grande, apresentá-lo em escala pequena e se for minúsculo, apresentá-lo de forma ampliada; se for abstrato, encontrar como o concretizar; se a expressão se der numa língua, traduzi-la em outras línguas; se os conceitos forem complexos, procurem-se formas simples e claras para os transmitir; se o objeto cultural estiver preso a um local, há que recriá-lo de forma virtual; e assim sucessivamente. As “alternativas” criadas não se excluem mutuamente, mas complementam-se e reorganizam-se de forma cumulativa em cada realização comunicativa, o que ampliará a possibilidade de interação e alargará o espectro de possíveis receptores. Dito de outra forma, os modos como “lemos o *nosso* mundo” dependerá do nosso perfil pessoal enquanto aprendiz e das nossas competências e capacidades, e é com essas características que iremos ler o “mundo dos outros”. Portanto, cada pessoa chamará para si, os conteúdos e modos de comunicação que melhor lhes sirva.

Uma abordagem multimodal responderá na mesma proporção a pessoas sem e com deficiência, e os serviços especificamente direcionados a este grupo minoritário ver-se-ão integrados e eventualmente diluídos entre os demais. A título de exemplo, a produção de materiais em língua gestual, será nada mais do que tradução (ou interpretação) para mais uma língua; as versões pictográficas serão tão úteis para pessoas com deficiência intelectual, quanto o serão para crianças em idade pré-escolar ou estrangeiros; as reproduções táteis tanto servirão pessoas cegas quanto pessoas que veem; a versão em braille encontrar-se-á a par da versão ampliada, monocromática, e essas a par da versão colorida; o conteúdo em suporte papel servirá quem se encontra no local e gosta da tutilidade do mesmo, já a versão eletrônica agradará a quem convive

facilmente com os meios eletrônicos e certamente levará a realidade tangível até os que não podem se deslocar ao local, permitindo assim uma experiência, se não igual, equiparável.

A tomada de consciência de que nada serve a todos e que nenhuma experiência será alguma vez “igual” a qualquer outra, alivia a enorme pressão que hoje se coloca no meio, ao advogar que se dê a todas as pessoas igualdade de oportunidades. Mais do que igualdade de oportunidades, deve-se fornecer alternativas e dar a cada pessoa a hipótese de escolha. Enquanto “consumidores culturais” (MARTIN, 2008) todos esperamos “ser servidos” como “clientes preferenciais”, reservando-nos o direito ao consumo do produto cultural como se de outra comodidade se tratasse. Esta preocupação em tornar o produto cultural globalmente acessível tem sido vista por alguns como perigosa e negativa, por poder levar à chamada “McDonaldização” ou “Disneyficação” (SHEPHERD, 2002, p. 185). Em tal fenômeno, compreende-se que a grande vontade de fazer com que algo seja usado com facilidade e de forma agradável por todos pode apagar as marcas culturais distintivas para torná-las homogeneizadas e globalmente aceitas, numa monocultura “quase parque temático”. Jamais será esta a abordagem advogada nos princípios aqui revistos, mas sim a promoção de abordagens que elevem o que cada cultura tem de único, criando formas de consumo que sejam favoráveis ao consumidor mas igualmente úteis ao promotor. Isso leva a que se concilie as necessidades de ambos. Por um lado, deve-se fornecer aos promotores alternativas para tornar o seu produto conhecido e, por outro, dar ao público ferramentas para chegar a essas mensagens carregadas do valor patrimonial único. Entre os dois, surge a ação do mediador cultural ou tradaptador, a pessoa que cria e desenvolve formas de comunicação alternativas a serem utilizadas em conjunto com as mensagens primeiras: o próprio patrimônio.

No fundo, o segredo da comunicação cultural inclusiva estará nas estratégias mediadoras utilizadas e na consciência que todos os agentes envolvidos nos processos de disponibilização e mediação ou tradaptação do patrimônio partilham a mesma filosofia e contribuem cumulativamente para experiências holísticas e abrangentes.

Sobre normas e transgressões no entendimento de mediação inclusiva como ato de cocriação

As normas vigentes na mediação cultural apresentam uma tendência para a compartimentalização de públicos e de estratégias comunicativas. Desta feita, é frequente vê-la compartimentada em interpretação, ações educativas, tradução (multilíngue) e os serviços de acessibilidade. Tal leva a que as soluções comunicativas empregadas sejam rotuladas em razão dos públicos-alvo, como por exemplo “versão infantil” ou “para cegos”. Da mesma forma, diferentes equipes são contratadas para desenvolver as várias componentes do ciclo comunicativo: marketing, comunicação presencial e a distância ou na animação ou serviços educativos. Na falta de uma orientação clara e consistente dentro de um paradigma determinado, corre-se o risco da fragmentação de abordagens, o que poderá levar a que certo segmento de potenciais receptores, ou frente comunicacional, fique subdesenvolvida.

Uma abordagem de comunicação inclusiva eficiente sairá do diálogo transversal entre todas as equipes envolvidas na promoção do acervo e em todas as vertentes dessa oferta cultural. Sentar à mesma mesa, os decisores, arquitetos, curadores, especialistas temáticos, e demais equipes de comunicação, reunidos em torno de uma agenda de comunicação multimodal inclusiva, permitirá a orquestração de soluções transversais e complementares. Isso resultará não só na criação de soluções harmoniosamente concertadas, como na economia de esforços e custos. Se a essas equipes se acrescentarem representantes dos setores a que se quer direcionar as estratégias de comunicação, bem como criativos e investigadores que possam questionar, desenvolver e avaliar consistentemente as práticas, então estarão reunidas as condições para que se arrisquem novas formas de apreciar a cultura.

Urge, neste momento, questionar a validade dessa aparente recusa em realçar a deficiência e incapacidade, quando tem sido este segmento o principal propulsor das melhores soluções de comunicação hoje existentes no domínio da comunicação cultural. Na verdade, a situação é exatamente a inversa: o que aqui se advoga é que as soluções de acessibilidade impulsionem as solu-

ções tradicionalmente vistas como para os outros, “os que não têm deficiência”. Neste caso, seriam os cuidados de acessibilidade orientados para públicos “com deficiência” a dominar em todas as esferas da comunicação do patrimônio tangível e intangível. Na prática, isso significa, por exemplo, que se continue a oferecer audiodescrição, mas que esta deixe de ser para pessoas com deficiência visual e passar a ser para quem a quiser utilizar; ou que se deixe de reservar visitas táteis para esses mesmos públicos “especiais” para que possam ser fruídos por quem as quiser fazer; ou que a legendagem para surdos deixe de ser uma versão escrita na mesma língua das palavras faladas para ser “legendagem enriquecida” utilizada em qualquer material audiovisual e em qualquer combinação linguística. Basicamente, advoga-se uma abordagem semelhante à prevista pelas normas W3C para os conteúdos digitais: oferecer múltiplas possibilidades e permitir que cada pessoa possa escolher como quer aceder e utilizar os meios e os conteúdos disponibilizados, recorrendo às suas próprias ferramentas para o fazer. Ao alargar os potenciais receptores e o espectro da oferta sugere-se que as estratégias de comunicação feitas à medida de pessoas com deficiência, deixem de o ser e passem a ser a norma. Assim todos terão a almejada igualdade de oportunidades simplesmente porque a todos é facultado o mesmo direito de escolha.

Para que essa flexibilidade seja dada ao “consumidor”, haverá que se fornecer ao promotor orientações claras de operacionalização para que os múltiplos processos se tornem exequíveis, mas haverá também que se dar igual grau de liberdade aos mediadores e tradutores, pois deixará de fazer sentido que se lhes imponham normas ou regras, frequentemente inibidoras da criatividade. E nunca será demais relembrar quanto de criativo existe na própria expressão cultural e quanto a busca de soluções de acesso possam servir de catalisadores de invenção e criatividade.

Implicações da aplicação deste paradigma

A fim de melhor compreendermos o que poderá implicar a aplicação de uma estratégia de mediação inclusiva, vejamos como operacionalizar tal proposta, centrando-nos num caso hipotético: A

Aldeia do Andrade tem um pequeno monumento, com 600 anos, considerado patrimônio mundial, fechado há mais de 50 anos. Nele estão reunidos artefatos de várias eras, que já foram catalogados e exibidos em eventos temporários.

As gentes dessa localidade estão empenhadas em reativar o espaço de forma a tornar conhecido o seu patrimônio cultural às pessoas locais, especialmente às gerações mais jovens, bem como atrair ao local turismo cultural nacional e estrangeiro.

Existem fundos de apoio reduzidos e uma consciência que essa é uma oportunidade para o desenvolvimento local. Para reanimar este patrimônio foi criada uma pequena equipe multidisciplinar, composta pelo vereador da cultura, um curador e um especialista em comunicação inclusiva.

O cenário aqui traçado será prototípico de grande parte das circunstâncias, com a exceção de que nessa equipe existe um especialista em comunicação inclusiva. Até a data, ainda não se reconhece este profissional enquanto tal. Efetivamente, mais importante do que a denominação profissional haverá que se determinar o perfil desta pessoa que poderá ser, por exemplo, um animador cultural, um elemento da equipe educativa ou um tradutor. Independentemente do cargo objetivo que possa ocupar na dinâmica organizacional, este “especialista” terá conhecimentos transdisciplinares em domínios como a museologia e museografia, design (de espaço e produto), marketing, tecnologias da informação, psicologia e sociologia e ciências da educação e da comunicação. Na dificuldade em encontrar um profissional com conhecimentos profundos em todas estas áreas, deve-se procurar alguém com as ditas “competências para o século XXI”: capacidade de pensamento crítico, resolução de problemas, colaboração, inovação, criatividade e comunicação (DEDE, 2010). Acima de tudo, essa pessoa precisará ter uma apetência empática para com “o outro”, pois ele(a) servirá, em primeiro lugar, de mediador entre todas as partes envolvidas no desenvolvimento de estratégias e produtos de comunicação e, depois, será o motor de atos criativos e de cocriação que irão envolver os próprios consumidores. Tal obrigará a que essa pessoa saiba transmutar-se para se colocar sempre “no lugar do outro”, avaliando todas as alternativas em termos de exequibilidade e eficácia.

No momento da tomada de decisões sobre a abordagem global ou as estratégias a seguir, e muito para além do orçamento existente (soluções multimodais não ficam obrigatoriamente mais caras), deverá se ter em conta o que acima já foi dito – garantir variedade baseada em pares lógicos.

No caso citado, pretendemos que esse espaço tenha uma presença local e virtual; seja igualmente apreendido pelo leigo e pelo intelectual; seja vivenciado pelo jovem, pelo adulto e pelo idoso; seja visto, ouvido, tocado, cheirado e/ou degustado; seja expresso nas línguas locais e em línguas estrangeiras; seja espaço de preservação e de divulgação; crie vivências e recordações.

Embora o local seja antigo, pretende-se uma abordagem moderna e flexível e, para tal, vamos apostar numa solução híbrida, mas básica: vamos utilizar as potencialidades da internet para dinamizar o patrimônio. Ao utilizar a internet como potenciador-base, será previsível a necessidade de investir numa equipe de desenvolvimento (programador e designer) versada na construção de espaços virtuais e conteúdos acessíveis e transmutáveis (BARBOSA, 2004). Isso significará o desenvolvimento de um site com base nas diretrizes WCAG 2.0, assegurando os requisitos mínimos de acessibilidade necessários a um acesso universal, permitindo que cada utilizador possa adaptar às suas próprias necessidades a forma como acede, visiona e interage com os conteúdos, utilizando os periféricos que lhe sejam adequados. O passo seguinte, e, eventualmente, o mais importante de todos, será garantir que *todos* os conteúdos são em si mesmos acessíveis e que são disponibilizados de forma a se adequarem a diferentes contextos tecnológicos. A mutabilidade de estruturas e a portabilidade de conteúdos permite que possam ser acedidos com igual eficácia em diferentes aparelhos eletrônicos – em um computador ou em um aparelho móvel (smartphone, ipad etc.) – sem que com isso perca qualidade ou informação.

Será na criação dos conteúdos que maior enfoque será dado à multimodalidade. Em termos simplistas isso implicará que os conteúdos sejam organizados em termos de dificuldade e profundidade, para que qualquer pessoa possa escolher a quantidade e qualidade de informação a con-

sumir. Tal escolha poderá ser determinada pelas competências intelectuais do consumidor, do seu interesse ou simplesmente pelo tempo que possa ter disponível para a atividade. Significará também que o princípio da diversidade seja aplicado através de alternativas multissensoriais. Por exemplo, ao apresentar um texto escrito, garantir que pode ser verbalizado por um leitor de tela ou por uma linha braille; ou, ao incluir um clip multimídia, garantir que surja acompanhado de legendas e audiodescrição.

A disponibilização de quantidades significativas e diversificadas de conteúdos online permitirá acesso antes, durante e depois da visita. Poderão também servir de material didático ou de divulgação. Mais ainda, criar-se-á um repositório virtual para uma realidade tangível, o que será mais uma oportunidade para a documentação e preservação do patrimônio. Saber que uma oferta cultural existe, por si só, faz muito para que seja procurada; saber mais sobre o que se está vendo poderá significar compreender e lembrar; e a memória é o que determina a aprendizagem e potencia novas aprendizagens, sem falar no potencial de divulgação que isso provoca quando alguém partilha experiências.

Faz-se necessário realçar a importância da “curadoria” do acervo virtual, com um potente mecanismo de localização e recuperação de dados. Também neste domínio é imprescindível o contributo de especialistas que determinem as melhores formas de arquivo e a criação de metadados que permitam a rápida ativação dos conteúdos pretendidos, tanto por parte do público em geral como dos investigadores e demais membros da comunidade científica e da área patrimonial.

Ainda no domínio dos conteúdos, e mantendo sempre o princípio da diversidade, num espaço virtual flexível poder-se-á valorizar o multilinguismo, garantindo que os vários conteúdos sejam apresentados em várias línguas. Entre elas faremos incluir a língua gestual local e, eventualmente, o sistema de sinais internacionais, para garantir uma maior abrangência de públicos surdos. Neste contexto ainda, haverá espaço para a divulgação das variantes locais, como é o caso de dialetos, captados sob a forma de história oral, preservando-se, assim, a “voz viva” de quem habita o espaço cultural em questão.

A flexibilidade do contexto virtual não faz dele a única, tampouco a melhor plataforma para a preservação do patrimônio cultural. Frequentemente considerado um detrator da fruição efetiva do espaço físico, por desviar a atenção do que “realmente importa”, quando utilizado de forma cuidada poderá ser potenciador dessa mesma fruição. Com isto não se advoga que se substitua a mediação humana pela mediação tecnológica, sugere-se apenas que se ofereça ambas e que se permita que cada utilizador/visitante escolha quais os meios através do qual quer acessar/experienciar o objeto cultural.

O segredo, e eventualmente a componente mais difícil dessa abordagem, estará na obtenção do equilíbrio e na integração harmoniosa de todas as componentes de tais experiências híbridas. Mais que em qualquer outro contexto, em contextos culturais haverá muito a ganhar com a criação de redes inteligentes, que integrem o mundo virtual e tecnológico no mundo concreto, sem que aquele se sobreponha a este.

Retomemos o monumento da Aldeia do Andrade. A equipe decidiu adotar a internet das coisas (internet of things) como estrutura tecnológica. Investiu na digitalização e preparou múltiplos conteúdos em vários formatos. O espaço foi requalificado, mantendo, na medida do possível, a sua identidade centenária. A integração da componente tecnológica, como objeto mediador flexível e adaptável, permitirá que alguns dos conteúdos concebidos sejam reutilizados *in loco*. A título de exemplo, em vez de se adquirir aparelhos (audioguias) para a disponibilização de conteúdos em áudio, bastará descarregar os conteúdos em qualquer aparelho móvel (smartphone, ipad etc.). Se a este cenário se aplicar o conceito de “bilheteira inteligente” (*smart ticketing*), no próprio ato de aquisição do bilhete, cada pessoa poderá determinar a tipologia, quantidade e profundidade, bem como a duração dos conteúdos que quer utilizar durante a sua visita. Os conteúdos não lhe serão impostos, como hoje acontece quando se adquire, à entrada de um monumento, um audioguia com “audiodescrição para cegos”. Antes de iniciar

a visita, bastará que o visitante forneça os seus requisitos pessoais para que lhe sejam facultadas sugestões de percurso, conteúdos e atividades “feitos à medida”. Estaremos diante do UX ou UCD acima referido: em que o design universal se transforma em design centrado no utilizador. Como se de uma caixa de peças Lego se tratasse, o repositório virtual armazenará milhares de peças – conteúdos – com as quais cada pessoa irá construir a sua própria experiência.

No cenário da Aldeia do Andrade, foi determinado também que o espaço seria utilizado como “laboratório criativo”, no qual as populações locais se reuniriam para partilhar saberes. Para potenciar o diálogo intergeracional e desenvolver o respeito pela diversidade humana, recorre-se de novo ao potencial dos meios tecnológicos e da comunicação inclusiva. Colocam-se os meios nas mãos dos jovens, dinamizam-se workshops de fotografia, vídeo, programação, adaptação e comunicação inclusiva, entre outros, e convida-se a geração presente a criar os conteúdos que irão alimentar o acervo digital. Com isso, educa-se as novas gerações para a inclusão ao mesmo tempo que os tornamos corresponsáveis na preservação do patrimônio que é seu, dando-lhes a oportunidade de fazer cultura, reinterpretando o passado e escrevendo o futuro.

Em suma, toda manifestação cultural merece ser mediada para que possa ser apreciada e vivenciada pelo maior número possível de pessoas. É na partilha de saberes e na promoção da herança patrimonial de um povo que se criam os laços necessários a uma sociedade mais coesa e respeitadora dos valores e diferenças de cada um. Tal partilha será sempre uma oportunidade para um melhor conhecimento do que nos define enquanto comunidade local e nos responsabiliza enquanto agentes de mudança em nível global. Quanto maior a eficácia das estratégias de comunicação utilizadas na partilha dessa mesma riqueza cultural, maior o impacto no momento presente e no desenvolvimento futuro, pois é de educação que se fala ao advogar estratégias de comunicação inclusivas em contexto cultural.

REFERÊNCIAS

- BARBOSA, Simone Diniz Junqueira. Adopting a communication-centered design approach to support interdisciplinary design teams. In: INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOFTWARE ENGINEERING, 26., 2004, Edinburgh, UK. **Proceedings**... Edinburgh, UK: IEEE, 2004. WIL Workshop Bridging the Gaps II: Bridging the Gaps Between Software Engineering and Human-Computer Interaction. p. 102-107.
- Bouchenaki, Mounir. Intangible heritage. **Museum International**, v. 56, n. 1-2, p. 6-10, 2004.
- COMITÊ DO PATRIMÔNIO MUNDIAL. **Declaração de Budapeste sobre o Patrimônio Mundial**. 2002. Disponível em: <<http://www.patrimoniocultural.gov.pt/media/uploads/cc/declaracaoBudapestesobrepatriomoniomundial2002.pdf>>. Acesso em: 25 set. 2017.
- CONSELHO DA EUROPA. **Convenção quadro do Conselho da Europa relativa ao valor do patrimônio cultural para a sociedade**. Convenção de Faro, 27 out. 2005. Disponível em: <http://direitoshumanos.gddc.pt/3_20/IIIPAGh3_20_1.htm>. Acesso em: 25 set. 2017.
- CONSELHO INTERNACIONAL DOS MONUMENTOS E LOCAIS (ICOMOS). **Declaração de Québec**: sobre a preservação do “Spiritu loci”. 2008. Disponível em: <https://www.icomos.org/images/DOCUMENTS/Charters/GA16_Quebec_Declaration_Final_PT.pdf>. Acesso em: 25 set. 2017.
- Dede, Chris. Comparing frameworks for 21st century skills. In: BELLANCA, J; BRANDT, R. (Eds.). **21st century skills: rethinking how students learn**. Bloomington: Solution Tree Press, 2010. p. 51-76.
- DODD, Jocelyn; SANDELL, Richard. **Building bridges**. London: Museums and Galleries Commission, 1988.
- EUROPEAN DESIGN FOR ALL E-ACCESSIBILITY NETWORK (EDeAN). 2011. Disponível em: <<http://www.edean.org>>. Acesso em: 21 set. 2017.
- Garcia, Ana; NEVES, Josélia; MINEIRO, Clara. **Guia de boas práticas de acessibilidade, comunicação inclusiva em monumentos, palácios e museus**. Lisboa: Direção Geral do Patrimônio Cultural (DGPC)/Instituto do Turismo de Portugal, 2017. Disponível em: <http://www.patrimoniocultural.gov.pt/static/data/publicos/acessibilidade/guia_comunicacao_acessivel_inclusiva.pdf>. Acesso em: 06 out. 2017.
- INFOPÉDIA. **Inclusão**. In: Dicionário Infopédia da Língua Portuguesa com Acordo Ortográfico. Porto: Porto Editora, 2017. Disponível em: <<https://www.infopedia.pt/dicionarios/lingua-portuguesa/inclusao>> Acesso em: 07 out. 2017.
- JAKOBSON, Roman. On linguistic aspects of translation. In: BROWER, R. A. (Ed.). **On translation**. Cambridge: Harvard University Press, 1959. p. 232-239.
- Koïchiro, Matura. Intangible heritage. **Museum International**, v. 56, n. 1-2, p. 4-5, 2004.
- Martin, Patricia. **RenGen: the rise of the cultural consumer – and what it means to your business**. Massachusetts: Platinum Press, 2008.
- Neves, Josélia. **Vozes que se vêem** – guia de legendagem para surdos. Aveiro e Leiria: Universidade de Aveiro, 2007.
- _____. Museus acessíveis... Museus para todos?! In: SANTOS, Maria da Graça Poças. **Turismo cultural, territórios e identidades**. Leiria: Edições Afrontamento & IPL, 2010. p. 107-122. Disponível em: <<http://www.scribd.com/doc/13226795/Museus-Para-Todos>>. Acesso em: 01 out. 2017.
- _____. **Imagens que se ouvem** – guia de audiodescrição. Lisboa e Leiria: Instituto Nacional de Reabilitação/ Instituto Politécnico de Leiria, 2011.
- ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS (ONU). **Declaração Universal dos Direitos Humanos**. 1948. Disponível em: <<http://www.onu.org.br/img/2014/09/DUDH.pdf>>. Acesso em: 27 set. 2017.
- _____. **Convenção sobre os Direitos da Pessoa com Deficiência**. 2008. Disponível em: <<http://www.pessoacomdeficiencia.gov.br/app/sites/default/files/publicacoes/convencaoopessoascomdeficiencia.pdf>>. Acesso em: 6 out. 2017.
- ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS PARA A EDUCAÇÃO, A CIÊNCIA E A CULTURA (UNESCO). **Convenção para a proteção do patrimônio mundial, cultural e natural**. Paris, 16 nov. 1972. Disponível em: <<http://whc.unesco.org/archive/convention-pt.pdf>> Acesso em: 02 out. 2017.
- _____. **Declaração universal sobre a diversidade cultural**. Paris, 02 nov. 2001. Disponível em: <<http://unesdoc.unesco.org/images/0012/001271/127160por.pdf>>. Acesso em: 02 out. 2017.

_____. **Convenção para a salvaguarda do patrimônio cultural imaterial**. Paris, 17 out. 2003. Disponível em: <<http://unesdoc.unesco.org/images/0013/001325/132540por.pdf>> Acesso em: 02 out. 2017.

_____. **Cultural Mapping and its Possible Uses for Indigenous/Local Communities**. Paris, 16 nov. 2006. Disponível em: <https://www.creativecity.ca/database/files/library/unesco_cultural_mapping.pdf>. Acesso em: 02 out. 2017.

Shepherd, Robert. Commodification, culture and tourism. **Tourist Studies**, n. 2, p. 183-201, 2002.

Socol, James. **What is universal accessibility?** JS Blogspot. 27 jan. 2008. Disponível em: <<https://coffeeonthekeyboard.com/what-is-universal-accessibility-part-one-in-a-trilogy-66/>>. Acesso em: 01 out. 2017.

UNITED NATIONS CONFERENCE ON HOUSING AND SUSTAINABLE URBAN DEVELOPMENT (Habitat III). **Habitat III Issue Papers – 4: Urban Culture and Heritage**. New York, 2015. Disponível em: <<http://www.alnap.org/resource/20549>>. Acesso em: 26 set. 2017.

Wiedower, Beth. **Creating cultural heritage tourism: a guide to developing, marketing & managing cultural heritage tourism**. National Trust for Historic Preservation, 2013.

Recebido em: 10/09/2017

Aprovado em: 09/10/2017