



ESCOLA SUPERIOR
DE **COMUNICAÇÃO SOCIAL**

**As Relações Públicas e a Comunicação Multissensorial
para a Inclusão Social no Museu Bordalo Pinheiro e no
Museu Calouste Gulbenkian**

Sara Ferreira da Costa

Dissertação submetida como requisito parcial para obtenção
do grau de Mestre em Gestão Estratégica das Relações Públicas

Orientadora:

Professora Doutora Margarida Carvalho

Escola Superior de Comunicação Social - Instituto Politécnico de Lisboa

Outubro de 2025

Declaração de Originalidade e Anti Plágio

Declaro, sob compromisso de honra, que esta dissertação, elaborada e submetida como requisito parcial para a obtenção do grau de Mestre em Gestão Estratégica das Relações Públicas, é um trabalho da minha autoria.

Afirmo que esta dissertação é original e que nunca foi submetida, na sua totalidade ou em qualquer uma das suas partes, a outra instituição de ensino superior para efeitos de obtenção de grau académico ou outra habilitação.

Asseguro, igualmente, que as fontes utilizadas se encontram devidamente citadas e referenciadas, de acordo com as normas da APA (7.^a edição).

Declaro, ainda, estar plenamente ciente de que a prática de plágio constitui infração académica e legal, podendo implicar a anulação da presente dissertação.

Por ser verdade, subscrevo a presente declaração.

SARA FERREIRA DA COSTA

Agradecimentos

Acredito profundamente que ninguém avança na vida sozinho; somos, por natureza, seres que dependem do apoio de várias pessoas para florescer e superar os obstáculos que surgem no caminho. É na presença constante, nos abraços sentidos e nas palavras de incentivo que encontramos a força para perseverar. Este processo de escrita não foi exceção; contei com o apoio de muitas pessoas, a quem devo um profundo e sincero agradecimento.

Gostaria de iniciar por agradecer-Te, meu Deus. Agradeço-Te pela força e coragem com que me sustentaste nos momentos de dúvida e nas dificuldades que encontrei pelo caminho. Agradeço-Te, ainda, pelas portas que abriste, pelos planos com que sempre sonhei e que cumpriste, e - mesmo sem ainda os conhecer - já Te agradeço pelos planos que tens reservado para mim. Porque Tu és fiel; porque Tu és bom em todo o tempo.

À minha família, deixo um agradecimento profundo e sentido. Aos meus pais, que nunca desistiram de mim - obrigada por cada gesto de amor, por cada sacrifício feito em silêncio, por lutarem sempre para que eu pudesse estudar e ir mais longe. Obrigada por todo o "colo" nos momentos de tristeza e incerteza e por acreditarem em mim, mesmo quando eu duvidava. Às minhas manas, Catarina e Marta, que, mais do que ninguém, sabem como foram estes quase dois anos. Mais do que ninguém, sabem o que é lutar, a cada dia, por um futuro melhor. Obrigada por me ouvirem sempre — mesmo nos meus longos desabafos —, pelas vossas sábias palavras, e por caminharem sempre ao meu lado, com amor e humor. E à minha querida avózinha - assim gosto de a chamar - deixo um agradecimento especial. Sou profundamente grata pelo cuidado terno, pelas lições que me transmitiu, pelos lugares a que me levou e pelo mundo que me deu a conhecer, sempre com a simplicidade e a sabedoria de quem ama sem medidas.

Às minhas amigas Elsa, Maria, Sofia e Zetília, dedico um agradecimento especial. Cada uma, com personalidade e características únicas, trouxe cor e sentido aos meus dias. Sinto-me imensamente privilegiada por partilhar convosco a vida - pela amizade genuína, pelo ombro sempre pronto a amparar e pelas risadas que aquecem os dias mais frios. Posso afirmar, com toda a sinceridade, que sou profundamente grata por ter cada uma de vocês ao meu lado.

A todos os familiares e amigos que não foram mencionados individualmente — por serem numerosos para listar aqui — deixo o meu mais sincero agradecimento. Cada um de vós desempenhou um papel fundamental neste percurso, oferecendo-me o incentivo e o carinho necessários para prosseguir, mesmo nos momentos mais difíceis.

Ao Museu Bordalo Pinheiro, ao Museu Calouste Gulbenkian e aos seus respetivos colaboradores, quero agradecer pela generosidade com que aceitaram participar neste estudo. Obrigada pela simpatia, pela disponibilidade e por todo o tempo despendido.

Quero agradecer, ainda, à Professora Margarida Carvalho pelo apoio constante. Não poderia ter desejado melhor orientadora. Obrigada, Professora, pela disponibilidade, por ouvir todos os meus desabaços e dúvidas, e por partilhar um pouco da sua sabedoria comigo.

Concluo os agradecimentos dirigindo-me à Escola Superior de Comunicação Social, que me proporcionou um espaço de constante desafio, crescimento e aprendizagem, desde setembro de 2022, data em que iniciei este mestrado, até ao presente, outubro de 2025, momento em que submeto esta dissertação.

Resumo

Os museus do século XXI valorizam crescentemente a diversidade dos seus públicos, os quais apresentam necessidades específicas associadas a fatores como a nacionalidade, faixa etária, contexto social, económico, cultural ou étnico, perfil educativo e condição de saúde. É fundamental que os museus se empenhem em tornar-se espaços acessíveis para todos os públicos, comprometendo-se a eliminar barreiras, sejam elas físicas, sociais, intelectuais ou sensoriais, que possam limitar a participação plena dos diferentes grupos minoritários. Uma das estratégias para tornar o museu mais acessível passa por desenvolver e implementar recursos e materiais multissensoriais. Estes recorrem aos cinco sentidos do corpo humano, para além da visão e da audição, mas também o tato, olfato e paladar. Esta abordagem, particularmente benéfica para os públicos com deficiências sensoriais, é designada por comunicação multissensorial.

Tendo o museu uma política de acessibilidade e sendo desenvolvidas exposições e atividades de natureza multissensorial, torna-se relevante a sua comunicação junto dos diferentes públicos.

Neste estudo procurou-se analisar se existe uma convergência estratégica entre a função das Relações Públicas e a comunicação multissensorial de modo a promover a inclusão social de pessoas com deficiências sensoriais no Museu Bordalo Pinheiro e no Museu Calouste Gulbenkian, ambos situados na cidade de Lisboa. O primeiro encontra-se sob tutela pública, enquanto o segundo está sob tutela de natureza privada. Importa, ainda, referir que se optou por realizar um estudo comparativo entre estes dois museus.

Os resultados obtidos evidenciam que a inclusão social constitui uma prioridade para estes museus. Nesse sentido, têm vindo a ser desenvolvidos diversos recursos acessíveis e multissensoriais, aplicados tanto às exposições como aos programas educativos, de modo a responder às necessidades dos públicos minoritários, nomeadamente pessoas com deficiências sensoriais. Verificou-se, também, que os museus adotam estratégias para comunicar a componente acessível das suas exposições e programas educativos a esses públicos. Contudo, com base nos dados recolhidos, não é possível determinar, de forma conclusiva, a existência de uma relação entre a função estratégica das Relações Públicas e as práticas de comunicação multissensorial nos museus estudados.

Palavras-chave: Museu, Acessibilidade, Inclusão Social, Comunicação Multissensorial, Relações Públicas, Comunicação inclusiva

Abstract

Twenty-first century museums increasingly value the diversity of their audiences, who have specific needs associated with factors such as nationality, age group, social, economic, cultural or ethnic background, educational profile and health status. It is essential that museums strive to become accessible spaces for all audiences, committing themselves to eliminating barriers, whether physical, social, intellectual or sensory, that may limit the full participation of different minority groups. One of the strategies for making museums more accessible is to develop and implement multisensory resources and materials. These appeal to the five senses of the human body, not only sight and hearing, but also touch, smell and taste. This approach, which is particularly beneficial for audiences with sensory impairments, is known as multisensory communication.

Given that the museum has an accessibility policy and develops exhibitions and activities of a multisensory nature, it is important to communicate this to different audiences.

This study sought to analyse whether there is strategic convergence between the role of public relations and multisensory communication in promoting the social inclusion of people with sensory disabilities at the Bordalo Pinheiro Museum and the Calouste Gulbenkian Museum, both located in Lisbon. The former is publicly owned, while the latter is privately owned. It is also important to note that we chose to conduct a comparative study between these two museums.

The results obtained show that social inclusion is a priority for these museums. In this regard, various accessible and multisensory resources have been developed and applied to both exhibitions and educational programmes in order to meet the needs of minority audiences, particularly people with sensory disabilities. It was also found that museums adopt strategies to communicate the accessible component of their exhibitions and educational programmes to these audiences. However, based on the data collected, it is not possible to conclusively determine the existence of a relationship between the strategic function of Public Relations and multisensory communication practices in the museums studied.

Keywords: Museum, Accessibility, Social Inclusion, Multisensory Communication, Public Relations, Inclusive Communication

Índice

Introdução	13
Capítulo 1. O Museu Inclusivo	18
1.1 A história e o desenvolvimento dos museus.....	18
1.2 O museu inclusivo	26
1.3 Conceções de deficiência.....	31
1.4 A Acessibilidade e inclusão nos museus	34
1.5 A comunicação multissensorial	39
Capítulo 2. As Relações Públicas.....	48
2.1 Definição	48
2.2 Princípios básicos	50
2.3 O processo para criar uma estratégia de RP	52
2.4 A comunicação e as RP nos museus	53
2.5 Os diferentes meios e ferramentas de comunicação que podem ser utilizados pelas RP nos museus.....	54
2.5.1 Meios impressos	54
2.5.2 Eventos.....	55
2.5.3 Meios de comunicação social	56
2.5.4 Ferramentas de comunicação digital	57
2.6 A inclusão social e as RP	60
Capítulo 3. Metodologia	69
3.1 Pergunta de partida	69
3.2 Objetivos de pesquisa	70
3.3 Hipóteses de pesquisa	71
3.4 Abordagem metodológica.....	72
3.4.1 Análise mista	72
3.4.2 O estudo comparativo	73
3.5 Revisão da literatura.....	75
3.6 Procedimentos e técnicas de recolha de dados	76
3.6.1 Entrevista.....	76
3.6.2 Observação	80
3.7 Procedimentos e técnicas de análise de dados.....	83
3.7.1 Análise de conteúdo.....	83
3.7.2 Análise descritiva	87
Capítulo 4. Museu Bordalo Pinheiro	88

4.1 História	88
4.1.1 Doação à Câmara Municipal de Lisboa	89
4.2 A coleção e as exposições	91
4.3 Acessibilidade e inclusão social	93
4.4 Canais de comunicação	95
Capítulo 5. Museu Calouste Gulbenkian	96
5.1 História	96
5.2 A coleção e as exposições	100
5.3 Acessibilidade e inclusão social	101
5.4 Canais de comunicação	104
Capítulo 6. Apresentação e análise dos resultados.....	105
6.1 Análise às entrevistas.....	105
6.1.2 Categoria – Museu Inclusivo.....	105
6.1.3 Categoria – Comunicação inclusiva.....	114
6.1.4 Categoria – A comunicação multissensorial.....	128
6.1.5 Categoria - As RP e a Comunicação Multissensorial.....	136
6.2 Análise do <i>press clipping</i> aos Museus Bordalo Pinheiro e Calouste Gulbenkian 139	
6.3 Análise do website do Museu Bordalo Pinheiro.....	144
6.4 Análise do website da Fundação/Museu Calouste Gulbenkian	145
Capítulo 7. Notas finais.....	146
7.1 Verificação de hipóteses	146
7.2 Conclusão	152
7.3 Dificuldades e desafios de pesquisa e sugestões para futuros estudos.....	158
Referências bibliográficas.....	160
Apêndices.....	183
Apêndice 1 – As classificações dos estudos científicos de acordo com Kothari (2004) e Gil (1999).....	183
Apêndice 2 – Os diferentes níveis de estruturação das entrevistas	185
Apêndice 3 - Estratégias para o desenvolvimento das categorias da análise de conteúdo.	187
Apêndice 4 - Subcategorias da análise de conteúdo às entrevistas.....	188
Apêndice 5 - Breve Biografia de Rafael Bordalo Pinheiro	194
Apêndice 6 - Breve Biografia de Calouste Sarkis Gulbenkian	201
Apêndice 7 – Programação inclusiva do Museu Bordalo Pinheiro.....	211

Apêndice 8 – Programação inclusiva do Museu Calouste Gulbenkian.....	213
Apêndice 9 – Guiões das entrevistas.....	218
Apêndice 10 – Transcrição da entrevista com Beatriz Saraiva e Margarida João do Museu Calouste Gulbenkian	238
Apêndice 11 – Transcrição da entrevista com Margarida João do Museu Calouste Gulbenkian.....	254
Apêndice 12 – Transcrição da entrevista com Tiago Guerreiro e Teresa Costa do Museu Bordalo Pinheiro	284
Apêndice 13 – Transcrição da entrevista com Liliana Pina e Teresa Costa do Museu Bordalo Pinheiro	303
Apêndice 14 - Contabilização das palavras e ideias associadas a cada subcategoria	323
Apêndice 15 – Parâmetros de observação às visitas guiadas	329
Apêndice 16 – Relatório de observação à visita "Veneza em festa: visita tátil".....	332
Apêndice 17 - Relatório de observação à visita "Museu portátil: sabores, cores e riscadores"	336
Apêndice 18 - Análise do relatório de observação à "Veneza em festa: visita tátil"	341
Apêndice 19 - Análise do relatório de observação ao "Museu portátil: sabores, cores e riscadores"	343
Apêndice 20 – Fotografias da observação à "Veneza em festa: visita tátil"	346
Apêndice 21 – Fotografias das observações ao "Museu portátil: sabores, cores e riscadores"	353
Apêndice 22 – <i>Press clipping</i> ao Museu Bordalo Pinheiro	360
Apêndice 23 – <i>Press clipping</i> ao Museu Calouste Gulbenkian	363
Apêndice 24 – Análise em tabela do website do Museu Bordalo Pinheiro	371
Apêndice 25 – Análise em tabela do website do Museu Calouste Gulbenkian	380
Anexos	384
Anexo 1 – Os Desenhos de Investigação do Método Misto	384
Anexo 2 – Consentimentos informados	386

Índice de tabelas

Tabela 1 - Correspondência entre as hipóteses e as categorias de análise. Tabela produzida pela investigadora.	147
Tabela 2 - As quatro classificações dos estudos científicos. Tabela elaborada pela investigadora com base em Kothari (2004).	183
Tabela 3 - As três classificações dos estudos científicos. Tabela elaborada pela investigadora com base em Gil (1999).	184
Tabela 4 - Os diferentes níveis de estruturação das entrevistas.	186
Tabela 5 - Estratégias para o desenvolvimento das categorias. Tabela elaborada a partir de Schreier (2012, pp.84-94).	187
Tabela 6 - Categoria de análise 1 - Museu inclusivo. Produzida pela investigadora.	188
Tabela 7 - Categoria de análise 2 - Comunicação inclusiva. Produzida pela investigadora.	191
Tabela 8 - Categoria de análise 3 - A comunicação multissensorial. Produzida pela investigadora.	193
Tabela 9 - Programação inclusiva do Museu Bordalo Pinheiro.	212
Tabela 10 - Programação inclusiva do Museu Calouste Gulbenkian.	217
Tabela 11 - Guião de entrevista com os responsáveis/técnicos dos setores educativos e/ou das áreas de acessibilidade e inclusão social.	228
Tabela 12 - Guião de entrevista para os responsáveis ou colaboradores da área da comunicação.	237
Tabela 13 - Contabilização de palavras e ideias associadas à subcategoria "inclusão social no museu". Tabela elaborada pela investigadora.	323
Tabela 14 - Contabilização de palavras e ideias associadas à subcategoria "barreiras ao acesso". Tabela elaborada pela investigadora.	324
Tabela 15 - Contabilização de palavras e ideias associadas à subcategoria "programação inclusiva". Tabela elaborada pela investigadora.	324
Tabela 16 - Contabilização de palavras e ideias associadas à subcategoria "comunicação estratégica". Tabela elaborada pela investigadora.	325
Tabela 17 - Contabilização de palavras e ideias associadas à subcategoria "meios e formatos de comunicação inclusiva". Tabela elaborada pela investigadora.	325
Tabela 18 - Contabilização de palavras e ideias associadas à subcategoria "envolvimento das pessoas com deficiência". Tabela elaborada pela investigadora.	326
Tabela 19 - Contabilização de palavras e ideias associadas à subcategoria "coordenador da acessibilidade". Tabela elaborada pela investigadora.	326

Tabela 20 - Contabilização de palavras e ideias associadas à subcategoria "recursos de comunicação multissensorial". Tabela elaborada pela investigadora.	327
Tabela 21 - Contabilização de palavras e ideias associadas à subcategoria "a comunicação multissensorial enquanto experiência enriquecedora". Tabela elaborada pela investigadora.	327
Tabela 22 - Contabilização de palavras e ideias associadas à categoria "as RP e a comunicação multissensorial". Tabela elaborada pela investigadora.	328
Tabela 23 - <i>Press clipping</i> ao Museu Bordalo Pinheiro.	362
Tabela 24 - <i>Press clipping</i> ao Museu Calouste Gulbenkian.	370
Tabela 25 - Análise do website do Museu Bordalo Pinheiro. Tabela elaborada pela investigadora.	379
Tabela 26 - Análise do website do Museu Calouste Gulbenkian. Tabela elaborada pela investigadora.	383
Tabela 27 - Os Desenhos da Investigação do Método Misto. Tabela elaborada a partir de Leavy (2017, pp.178).	385

Índice de imagens

Imagem 1 - Exposição temporária "Veneza em Festa" no Museu Calouste Gulbenkian.	346
Imagem 2 - Exposição temporária "Veneza em Festa" no Museu Calouste Gulbenkian.	346
Imagem 3 - Exposição temporária "Veneza em Festa" no Museu Calouste Gulbenkian.	347
Imagem 4 - Estação tátil na exposição temporária "Veneza em Festa" no Museu Calouste Gulbenkian.	347
Imagem 5 - Estação tátil na exposição temporária "Veneza em Festa" no Museu Calouste Gulbenkian.	348
Imagem 6 - Estação tátil na exposição temporária "Veneza em Festa" no Museu Calouste Gulbenkian.	348
Imagem 7 - Estação tátil na exposição temporária "Veneza em Festa" no Museu Calouste Gulbenkian.	349
Imagem 8 - Estação tátil na exposição temporária "Veneza em Festa" no Museu Calouste Gulbenkian.	349
Imagem 9 - Estação tátil na exposição temporária "Veneza em Festa" no Museu Calouste Gulbenkian.	350

Imagem 10 - Estação tátil na exposição temporária "Veneza em Festa" no Museu Calouste Gulbenkian.	350
Imagem 11 - Estação tátil na exposição temporária "Veneza em Festa" no Museu Calouste Gulbenkian.	351
Imagem 12 - Estação tátil na exposição temporária "Veneza em Festa" no Museu Calouste Gulbenkian.	351
Imagem 13 - Estação tátil na exposição temporária "Veneza em Festa" no Museu Calouste Gulbenkian.	352
Imagem 14 - Visita guiada "Museu portátil: sabores, cores e riscadores".	353
Imagem 15 - "Lápis artesanal" especialmente criado para a visita "Museu portátil", contendo aromas no seu interior.	353
Imagem 16 - "Lápis artesanal" especialmente criado para a visita "Museu portátil", contendo aromas no seu interior.	354
Imagem 17 - "Lápis artesanal" especialmente criado para a visita "Museu portátil", contendo aromas no seu interior.	355
Imagem 18 - Carrinho com os materiais para a visita "Museu portátil"	356
Imagem 19 - Base rígida, semelhante a uma prancheta, contendo uma casca do tronco de árvore.	357
Imagem 20 - Desenho da casca do tronco da árvore em grafite.	358
Imagem 21 - Visita guiada "Museu portátil: sabores, cores e riscadores".	359
Imagem 22 - Consentimento informado assinado por Beatriz Saraiva.	386
Imagem 23 - Consentimento informado assinado por Liliana Pina.	387
Imagem 24 - Consentimento informado assinado por Tiago Guerreiro.	388
Imagem 25 - Consentimento informado assinado por Teresa Costa.	389
Imagem 26 - Consentimento informado assinado por Margarida João.	390
Imagem 27 - Consentimento informado assinado por Margarida João.	391

Introdução

O mundo tem assistido a um progresso social significativo. A nível global, registam-se reduções nos índices de pobreza e melhorias substanciais nos indicadores de saúde e educação, acompanhadas por um aumento na conectividade digital. No entanto, este progresso tem-se revelado desigual, persistindo acentuadas desigualdades que, em vários países, tendem mesmo a agravar-se. Existem ainda pessoas e grupos, designadamente jovens, pessoas idosas, mulheres, migrantes, minorias étnicas, povos indígenas e pessoas com deficiência, que continuam a enfrentar barreiras que comprometem a sua participação na vida social, económica e política (Dicionário do Desenvolvimento, s.d.; Nações Unidas, 2016, p.1; World Bank Group, s.d.). No entanto, conforme defendem Ziyauddin (2009), Dodd e Sandell (2001), Sandell (1998) e Walker (1997), a exclusão não se circunscreve apenas à vida social, económica e política, podendo estender-se também à vida cultural. Ou seja, as pessoas podem também sentir-se excluídas dos sistemas culturais.

Cumprir referir que a inclusão e a prosperidade partilhada assumem-se como pilares centrais da Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável. Esta agenda estabelece como princípio orientador a premissa de que nenhuma pessoa será deixada para trás, promovendo a concretização dos 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) e das respetivas metas por todos os países e setores da sociedade, com especial foco nos grupos vulneráveis. Os ODS 8, 10, 11 e 16 integram o termo "inclusão" (Silver, 2015, p.1). No ODS 8 propõe-se "Promover o crescimento económico inclusivo e sustentável, o emprego pleno e produtivo e o trabalho digno para todos" (Rumo a 2030, s.d., secção "ODS 8"). Já no ODS 10 procura-se "promover a inclusão social, económica e política de todos, independentemente da idade, género, deficiência, raça, etnia, origem, religião, condição económica ou outra" (Rumo a 2030, s.d., secção "ODS 10,10.2"). Por sua vez, o ODS 11 procura "Tornar as cidades e comunidades inclusivas, seguras, resilientes e sustentáveis" (Rumo a 2030, s.d., secção "ODS 11"). Finalmente, o ODS 16 estabelece como objetivo, "Promover sociedades pacíficas e inclusivas para o desenvolvimento sustentável, proporcionar o acesso à justiça para todos e construir instituições eficazes, responsáveis e inclusivas a todos os níveis" (Rumo a 2030, s.d., secção "ODS 16").

Conforme afirma Pinto, nas "últimas décadas, temos assistido a uma mudança nos modelos teóricos de análise e nas perceções sociais sobre a deficiência" (Pinto, 2015, p.176). Observa-se um afastamento progressivo dos modelos individuais e assistencialistas, em favor de políticas orientadas para a promoção dos direitos humanos - uma mudança que se intensificou a partir de 2006, quando a Assembleia

Geral das Nações Unidas aprovou a Convenção sobre os Direitos das Pessoas com Deficiência (Pinto, 2015, p.174). Este enquadramento gerou um "efeito em cascata", ao tornar obsoleta a visão tradicional de acessibilidade, centrada no acesso físico, dando lugar a um maior grau de conhecimento e sensibilização relativamente a outras barreiras ao acesso (Martins, 2020, p.107).

Embora autores como Dodd e Sandell (2001) sublinhem que, nos museus, persistem diversas barreiras à acessibilidade — não apenas físicas, mas também informacionais, culturais, emocionais, financeiras, intelectuais e sensoriais —, importa sublinhar que a acessibilidade tem vindo a afirmar-se nos espaços culturais, designadamente museus, galerias de arte, monumentos, cinemas e teatros, os quais procuram, cada vez mais, reconhecer e acolher a diversidade dos públicos. Destacam-se, entre estes, as pessoas com deficiência, seja esta de natureza física, sensorial, intelectual, mental, da linguagem ou da fala (Martins, 2020, p.107).

Segundo Neves, se é verdade que atrair visitantes ao museu é já uma tarefa árdua, torna-se ainda "mais difícil" — e, simultaneamente, mais "estimulante" — quando se reconhece que cada visitante possui, potencialmente, necessidades específicas (Neves, 2010, p.183). A autora acrescenta que, para que um museu possa ser acessível e inclusivo para esses públicos, deve recorrer a uma diversidade de estratégias e recursos, como aqueles que envolvem os cinco sentidos do corpo humano: a visão e a audição, mas também o tato, o olfato e o paladar. A mesma autora sublinha que "ao abrir o museu a visitantes cegos [...] facultar-se-á a todos os visitantes experiência únicas" e "pensar em soluções para surdos, permitirá oferecer serviços" que serão também úteis a pessoas sem limitações auditivas (Neves, 2010, p.183).

Na pesquisa de materiais científicos e literários sobre o papel das Relações Públicas (RP) no contexto da inclusão, encontrou-se o artigo "*Public Relations, Social Inclusion, and Social Exclusion*", da autoria de Grunig (2023), no qual se defende que o primeiro passo no processo de inclusão social consiste em consultar os públicos. A ideia de que a inclusão é um processo, em que o ponto de partida é o diálogo com os públicos, sugere que as RP, num sentido lato, são "um processo de inclusão social que serve os públicos [...]" (Grunig, 2023, pp.94–95). O mesmo refere que a prática de "escuta ativa" revela-se fundamental no desenvolvimento de um plano ou campanha de comunicação que se pretende inclusivo (p.95). A associação Acesso Cultura (2020) partilha da mesma ideia. No guia "*A participação cultural de pessoas com deficiência e incapacidade: como criar um plano de acessibilidade*", é defendida a criação, nos museus, de um grupo composto por pessoas com conhecimento e experiência em matéria de acessibilidade e inclusão,

nomeadamente, pessoas com deficiência ou incapacidade, capazes de contribuir para a reflexão interna sobre políticas e iniciativas a implementar, bem como para a testagem de novas ideias (Acesso Cultura, 2020, p.48). Este documento, para além de abordar o modo como este tipo de instituições devem comunicar com os públicos com deficiência, nomeadamente no que diz respeito à linguagem a adotar, aos termos mais apropriados a utilizar, às práticas recomendadas para as plataformas digitais, bem como à adaptação dos materiais impressos com vista à sua maior inclusão, refere, ainda, outros aspetos.

Destaca-se ainda, no âmbito da comunicação inclusiva, o guia editado pelo Turismo de Portugal, I.P., com contributos de Ana Garcia, Clara Mineiro e Josélia Neves intitulado "*Guia de Boas Práticas de Acessibilidade: Comunicação Inclusiva em Monumentos, Palácios e Museus*". O guia aborda a temática da acessibilidade e inclusão, clarificando conceitos e apresentando dados sobre a deficiência. Confere destaque à comunicação multissensorial; recomenda, entre outras medidas, a criação de um grupo consultivo que integre pessoas com deficiência e as respetivas organizações representativas, de modo a apoiar os monumentos, palácios e museus no desenvolvimento de soluções ajustadas às necessidades deste público. O guia propõe também um conjunto de estratégias para otimizar a comunicação com pessoas com deficiências sensoriais, motoras, cognitivas e intelectuais, bem como com pessoas idosas, no contexto da sua visita ao museu. São, ainda, descritas as técnicas a aplicar no desenvolvimento de novos produtos e serviços, destacando o princípio do Desenho Universal (*Design for All*). Por fim, o guia apresenta os meios/recursos acessíveis que podem ser implementados por monumentos, palácios e museus, com o intuito de aproximar o acervo aos públicos com deficiências.

Cumprido, no entanto, salientar que a implementação de uma comunicação inclusiva no âmbito das RP apresenta diversos desafios, conforme sublinhado por Latupeirissa et al. (2024). Para promover um ambiente comunicacional mais acessível, é essencial, em primeiro lugar, identificar e superar as barreiras que dificultam esse processo (Latupeirissa et al., 2024, p.161). O profissional de RP deve ter consciência da necessidade de enfrentar e superar conceções pré-estabelecidas e preconceitos, profundamente enraizados na sociedade. O Chartered Institute of Public Relations & Disability Confident (2015) refere, ainda, que o profissional de RP deve conhecer e aplicar os formatos de comunicação acessíveis, também conhecidos como formatos alternativos (p.7).

À luz das ideias enunciadas, revela-se pertinente investigar a possível convergência estratégica entre a função das RP e a comunicação multissensorial, com o objetivo de promover a inclusão de pessoas com deficiências sensoriais nos museus. Para o efeito,

desenvolveu-se um estudo comparativo que incide sobre dois museus situados na cidade de Lisboa: o Museu Bordalo Pinheiro e o Museu Calouste Gulbenkian, ambos situados na cidade de Lisboa. Foram, assim, estabelecidos cinco objetivos específicos para o estudo comparativo em causa: compreender se existe uma convergência estratégica entre a função das RP e a comunicação multissensorial com vista à inclusão social de pessoas com deficiências sensoriais no Museu Bordalo Pinheiro e no Museu Calouste Gulbenkian; analisar as estratégias de comunicação utilizadas pelo Museu Bordalo Pinheiro e pelo Museu Calouste Gulbenkian para promover a participação do público com deficiências sensoriais nas suas atividades; identificar os desafios e oportunidades na implementação de estratégias de comunicação para a inclusão social de pessoas com deficiências sensoriais nos museus; propor recomendações práticas para aprimorar as estratégias de comunicação dos museus, tendo em vista a otimização do seu impacto social e inclusivo no público com deficiências sensoriais; colocar na agenda do estudo das RP estratégicas a questão da comunicação inclusiva como forma de possibilitar uma maior participação do público com deficiências sensoriais nos museus.

O presente documento está organizado em sete capítulos. No primeiro, abordam-se a origem e a evolução dos museus, analisam-se as diferentes abordagens ou conceções de deficiência e as atitudes sociais a ela associadas e, por fim, aprofunda-se o conceito de comunicação multissensorial. No segundo capítulo, investiga-se sobre a origem das RP, os seus princípios fundamentais, o processo de RP em quatro etapas, os diferentes meios e ferramentas de comunicação, estabelecendo-se uma ligação com a forma como estes podem ser aplicados pelos museus. No final, analisa-se o papel da comunicação e das RP na promoção da acessibilidade e da inclusão, com especial ênfase no contexto museológico. O terceiro é dedicado à metodologia e à descrição dos métodos de recolha de dados adotados no estudo. O quarto e quinto capítulo centram-se na caracterização do Museu Bordalo Pinheiro e do Museu Calouste Gulbenkian, respetivamente. No sexto capítulo é efetuada a apresentação e análise dos dados. O sétimo capítulo corresponde à conclusão, na qual se procede, em primeiro, à verificação das hipóteses, seguindo-se a apresentação das conclusões e, por último, a identificação das principais dificuldades e desafios enfrentados durante o desenvolvimento da dissertação. Este capítulo inclui ainda sugestões para estudos futuros.

Importa sublinhar que, para o presente documento, optou-se pela utilização da fonte Arial, tamanho 11, por uma razão específica: para que um documento seja acessível, é necessário recorrer a uma fonte sem serifa (Chartered Institute of Public Relations & Disability Confident, 2015, p.9; European Disability Forum, 2023). A fonte Arial não

apresenta serifa; a fonte Times New Roman, embora seja uma das mais comuns em dissertações e trabalhos académicos, é serifada. Adicionalmente, importa salientar que a norma APA, sistema de formatação, citação e referência bibliográfica adotado nesta dissertação, recomenda a utilização de algumas tipografias, entre os quais a fonte Arial, no tamanho 11 (American Psychological Association, 2022). Acresce que, uma vez que a presente dissertação aborda o tema da acessibilidade e da inclusão de pessoas com deficiência sensorial, torna-se ainda mais pertinente garantir que o documento e o conteúdo nele apresentado sejam igualmente acessíveis.

Cumprir referir que, ao longo da presente dissertação, serão apresentadas diversas citações de autores estrangeiros. Com o objetivo de garantir a uniformidade linguística, todas as citações originalmente redigidas noutra língua foram traduzidas para português pela investigadora.

Capítulo 1. O Museu Inclusivo

1.1 A história e o desenvolvimento dos museus

Ao explorar a génese do museu para entender as suas raízes, "observa-se que é a sua coleção ou coleções que lhe conferem a sua singularidade", bem como "a sua razão ontológica" (Hernández, 1994, secção "Historia del Coleccionismo: de la Colección Al Museo"). Por coleção entende-se o conjunto de objetos que, sendo retirados temporária ou permanentemente da esfera da atividade económica, estão sujeitos a "uma proteção especial" com o propósito de serem expostos "ao olhar dos homens" (Hernández, 1994, secção "Historia del Coleccionismo: de la Colección Al Museo").

Em 3 a.C., após a conquista do Egito, Alexandre - o Grande - fundou a cidade de Alexandria para ser "o epicentro da cultura helénica na região" e ordenou a construção de uma biblioteca dedicada às Musas para trazer prosperidade à cidade (Artun, 2006, citado por Günay, 2012, p.1252). A biblioteca era conhecida como "musaeum". Do ponto de vista etimológico, a palavra "musaeum" deriva do grego "mouseion", que significa "o templo das deusas" ou "musas". Segundo a mitologia grega, a palavra "musa" deriva da palavra "*men*", que significa "sabedoria, pensamento e criatividade". A palavra "musa", por sua vez, significa "fonte de inspiração" (Burcaw, 1997, pp.25-26; Günay, 2012, pp.1251-1252; Pasquale, 2005, p.1).

Importa referir, no entanto, que esta biblioteca era, essencialmente, um "protótipo de universidade" (Lewis, 2024, secção "History. Etymology. From mouseion to museum") não sendo, assim, considerado um espaço dedicado à preservação e interpretação dos aspetos materiais da história da humanidade (Lewis, 2024). O mesmo autor refere ainda que "os registos arqueológicos e históricos não fornecem provas de que o museu", como é atualmente conhecido, se tenha desenvolvido em tempos tão remotos, nem a palavra "museu", apesar da sua "origem clássica", o suporta (secção "History. The precursors of museums. Classical collecting"). Crook (1972) aprofunda esta perspetiva ao afirmar que, embora o museu moderno tenha uma "ascendência clássica", enquanto instituição laica e pública "deriva efetivamente de uma ideia neoclássica" (p.21) que remonta ao século XVIII. Embora o clássico e o neoclássico partilhem "algumas das mesmas premissas espirituais", entre ambos situam-se os períodos da Idade Média e do Renascimento que, embora de formas muito distintas, "ajudaram a moldar o carácter do museu moderno" (Crook, 1972, p.21). Este autor conclui afirmando que o museu moderno é "um produto do humanismo renascentista, do iluminismo do século XVIII", bem como da "democracia do século XIX" (Crook, 1972, p.32). Hooper-Greenhill (2000) parece concordar com esta ideia, defendendo que o museu é uma criação do iluminismo, período que atualmente

"caracterizamos como o período Moderno" (p.13). Este período foi marcado por uma ênfase na "razão" e na "racionalidade", usadas para suplantar as superstições e os conhecimentos de épocas anteriores (Hooper-Greenhill, 2000, p.13).

Um dos principais contributos do período renascentista para o desenvolvimento do museu moderno foi a introdução do sentido de perspectiva histórica (Crook, 1972, p.24). Por outro lado, o momento mais decisivo na história do museu moderno ocorreu quando as coleções de tutela privada se tornaram públicas, algo que, segundo Alexander (2008), aconteceu no final do século XVII (p.5). Isto introduz um novo elemento decisivo para a conceção contemporânea de museu: o público. A partir desse momento, os museus começaram a ser "de interesse público" (Bazin, 1969, p.194, citado por Hernández, 1994, secção "Evolución Histórica del Concepto de Museo").

Em 1677, Elias Ashmole doou as suas coleções à Universidade de Oxford, impondo como condição a construção de um espaço para a sua preservação e exposição. Assim surgiu o Ashmolean Museum, inaugurado em 1683 (Lewis, 2024; Ashmolean Museum, s.d.a, s.d.b). Este funcionava simultaneamente como repositório de "raridades naturais e artificiais" bem como "centro de investigação prática e aprendizagem", no qual as coleções doadas por Ashmole serviam de base ao ensino (Ashmolean, s.d.b, secção "About Elias Ashmole and his vision"). Tratava-se de uma instituição científica exemplar para a época, promovendo o avanço do conhecimento sobre o mundo natural (Ashmolean, s.d.b). Segundo Crook (1972), o Ashmolean Museum precedeu o British Museum (p.38).

O British Museum foi fundado pela Câmara dos Comuns em 1753 para preservar e expor as coleções de Sir Robert Cotton, Robert Harley (1º Conde de Oxford) e Sir Hans Sloane. Este museu foi concebido não só para o estudo e entretenimento dos eruditos e curiosos, bem como para uso e benefício da população geral¹ (Britannica, 2024; Crook, 1972, p.39). Foi inicialmente acolhido na Montagu House, em Bloomsbury, e aberto ao público em 1759 (Crook, 1972, pp.40-44; Lewis, 2024). Embora o acesso ao museu fosse gratuito, o número de visitantes por dia era reduzido. Os interessados precisavam de solicitar os bilhetes com antecedência. No museu, os visitantes podiam permanecer por apenas duas horas (Burcaw, 1997, p.26; Lewis, 2024; The British Museum, s.d.). Os visitantes mais abastados desfrutavam, por exemplo, de visitas guiadas exclusivas. No entanto, a partir da década de 1830, "os regulamentos foram alterados e os horários de abertura foram alargados" (The British Museum, s.d., secção

¹ O acervo incluía manuscritos medievais, livros, espécimes botânicos, zoológicos e geológicos, artefactos clássicos, medievais e orientais. Bem como, moedas, medalhas, desenhos e pinturas (Britannica, 2024; Crook, 1972, p.39)

"When did our story begin?"). O museu passou a ser progressivamente mais acessível e aberto a todos (The British Museum, s.d.).

Relativamente ao Ashmolean Museum e ao British Museum, Crook (1972) sublinha que ambos possuem "as mesmas origens heterogêneas" e o "mesmo processo cíclico de acumulação e fragmentação" (p.38). No entanto, a dimensão destas duas instituições era manifestamente distinta. Em comparação com o British Museum, o Ashmolean, apesar do seu inegável interesse, constituía apenas um "microcosmo museológico" (Crook, 1972, p.38). Importa sublinhar que, aquando da sua fundação em 1753, o British Museum era o primeiro museu público, secular e nacional do mundo (Crook, 1972, p.38).

No século XVIII, a monarquia francesa possuía um dos maiores espólios de arte do continente europeu². As obras mais emblemáticas decoravam as salas do Palácio de Versalhes e outras casas reais que ficavam situadas nos arredores de Paris³. A ausência de obras de arte na capital francesa gerava descontentamento, especialmente face ao surgimento de uma classe média cada vez mais interessada em arte e ao aumento do turismo cultural (Lewis, 2024; McClellan, 2012, pp.235-236). Para responder às críticas, o governo real francês iniciou, em 1750, a criação da primeira galeria de arte pública em França, no Palácio do Luxemburgo⁴ (Burcaw, 1997, p.27; Lewis, 2024). Apesar do sucesso desta galeria, muitos críticos defendiam que o local ideal para abrigar a coleção real seria o Palácio do Louvre. O Louvre proporcionaria um ambiente mais acessível, digno e pedagogicamente relevante para um museu de arte público (McClellan, 2012, p.237). Ao escrever para a *Encyclopédie* de Denis Diderot e Jean Le Rond d'Alembert, Louis de Jaucourt vislumbrava o Louvre como um grande centro de aprendizagem. Ele idealizava a união de artistas, académicos e numerosas coleções num único local, formando uma versão moderna do "mouseion" da antiga Alexandria (McClellan, 2012, p.237). Influenciados pela noção iluminista do conceito de museu, os sucessivos ministros do governo - o marquês de Marigny (Abel-François Poisson de Vandières), o abade Terray (Joseph-Marie Terray) e, especialmente, o conde d'Angiviller (Charles-Claude de Flahaut de la Billarderie) - iniciaram um processo de transformação do

² Destacavam-se as cerca de 1 800 pinturas. Além disso, a coleção incluía desenhos, esculturas de vários períodos históricos (Lewis, 2024; McClellan, 2012, pp.235-236).

³ No entanto, uma parte das pinturas e esculturas permanecia inacessível, por dois motivos principais: as restrições decorrentes dos protocolos palacianos e a localização afastada do Palácio de Versalhes, que dificultava o acesso por parte dos cidadãos e turistas (Lewis, 2024; McClellan, 2012, pp.235-236).

⁴ O acervo do Palácio do Luxemburgo, embora modesto, continha cerca de cem pinturas e um número reduzido de desenhos, distribuídos por quatro salas no segundo andar do palácio. Entre as obras expostas, estavam quadros de antigos artistas, incluindo Raphael, Correggio, Ticiano, Veronese, Rubens, Anthony van Dyke, Nicolas Poussin e Charles Le Brun (McClellan, 2012, pp.235-236).

Palácio do Louvre num museu (McClellan, 2012, p.238). O conde d'Angiviller, após a ascensão ao trono de Luís XVI, empreendeu um ambicioso projeto para promover a arte contemporânea francesa através do patrocínio a artistas. Além disso, delineou um plano igualmente ousado para converter a Grande Galeria do Palácio do Louvre num museu de arte sem paralelo (McClellan, 2012, p.238). Apesar dos esforços consideráveis e da visão de d'Angiviller, o projeto da Grande Galeria foi interrompido devido a dificuldades financeiras e políticas que surgiram no final da década de 1780. Após a queda da Bastilha em 1789, d'Angiviller exilou-se, deixando o destino do museu à mercê da Revolução. Em 1792, após a sua tomada de posse, o Governo Republicano reconhece o potencial político deste museu demonstrando o seu interesse na conclusão da galeria com o intuito de o tornar símbolo da nova ordem. Os revolucionários optaram por não associar d'Angiviller à iniciativa. A pressão política para inaugurar o museu deixou pouco tempo para catalogar a arte recentemente adquirida ou para preparar adequadamente as suas instalações. Assim, o museu teve de abrir as suas portas com a Grande Galeria inacabada. Ao incorporar o Louvre à dinâmica da Revolução Francesa, a inauguração do museu foi agendada para 10 de agosto de 1793, marcando o primeiro aniversário da abolição da monarquia e a formação da Convenção Nacional. Foi a Revolução Francesa que criou o primeiro museu francês ao inaugurar o Louvre (Burcaw, 1997, p.27). Entre os séculos XVIII e XIX, outros acervos no continente Europeu foram tornados públicos, quer por mecenato real e/ou nobre, quer por iniciativa das autoridades públicas (Lewis, 2014).

Embora ainda não houvesse uma definição concreta do que constituía um museu, nem se tivesse uma compreensão precisa do seu papel na sociedade, a expansão dos museus públicos, tanto na Europa, como na América, Ásia e África, ocorreu durante os séculos XIX e XX (Hernández, 1994; Lewis, 2024). Influenciados pelos movimentos do Iluminismo e do Liberalismo, os museus passaram a ter um marcado carácter educativo. Como refere Roque (2013) "O objetivo, assumido e propagandeado, era disponibilizar os bens que, até então, se encontravam na posse exclusiva de alguns" (pp. 5-6). Assim, os museus passaram a ser entendidos como agentes de "instrução" e de "inspiração", para "a burguesia e para as classes operárias" (pp.5-6). Roque (2013) aprofunda mais esta ideia afirmando o museu transformou-se em "um espaço de aprendizagem" (p.6) para todas as classes sociais, incluindo os grupos não letrados. A função pedagógica do museu "assentava, por um lado, nos modelos didáticos vigentes, de cariz monológico e disciplinador, e, por outro lado, na convicção de que a exposição do objeto, tornando-o visualmente acessível a todos, seria suficiente para garantir a aprendizagem" (Roque, 2013, p.6).

A abertura dos museus a todos os cidadãos e o desenvolvimento do seu propósito educativo transformaram-nos em espaços democratizantes no século XX. De acordo com Menezes (2006) os museus chamaram "a comunidade para dentro de si e com ela iniciou um processo de reflexão e questionamento contínuo", um processo que procura intervir "no presente, assumindo a responsabilidade social de tentar ser um 'protagonista do seu tempo', reconhecendo as "preocupações", as "necessidades" e os "interesses das próprias comunidades" (pp.28-29). Assim, os museus passaram a ter um propósito social que vai além da mera preservação e exibição de artefactos históricos e culturais. Os museus passaram, assim, a estar "ao serviço do desenvolvimento das populações" (Menezes, 2006, pp.28-29).

As primeiras definições "oficiais" de museu surgiram no século XX, após a fundação do International Council of Museums (ICOM) em 1946 (Hernández, 1994). No mesmo ano, o ICOM estabelece que a palavra "museu" inclui "todas as coleções", "abertas ao público", "de material artístico, técnico, científico, histórico ou arqueológico". Incluem-se os "jardins zoológicos e botânicos, mas excluindo bibliotecas", exceto nos casos em que possuíssem salas de exposição permanentes (Lehmannová, 2020, secção "definition of museum according to ICOM").

Em 1968, durante a Conferência Geral realizada em Munique, Alemanha, a palavra "prazer" foi introduzida pela primeira vez na definição de museu. Os museus deixaram, assim, de ser exclusivamente concebidos como "templos de objetos", passando a ser entendidos como espaços de "discussão animada" em torno desses mesmos artefactos (Lehmannová, 2020, secção "definition of museum according to ICOM").

Em 1974, o ICOM estabeleceu uma nova definição de museu, formalizada nos seus Estatutos. Segundo esta definição, o museu é uma "instituição permanente" e "sem fins lucrativos", "ao serviço da sociedade e do seu desenvolvimento, aberta ao público", cuja missão consiste em adquirir e conservar, mas também em investigar, comunicar e expor, "para fins de estudo, educação e deleite, evidências materiais do ser humano e do seu ambiente" (Hernández, 1994, secção "Aportaciones del ICOM"; Lehmannová, 2020, secção "definition of museum according to ICOM").

A definição proposta em 1974 ampliou o conceito de museu, passando a incluir não apenas os bens móveis, como também os imóveis, que já se encontravam abrangidos por determinadas medidas de proteção. No que respeita aos bens móveis, consideram-se todos os testemunhos da vida cultural, designadamente representações de carácter religioso, político ou social (Hernández, 1994). Cumpre ainda destacar que a perspetiva de que os museus estão "ao serviço da sociedade e do seu desenvolvimento" suscitou

reações negativas entre alguns membros conservadores do ICOM (Soares, 2020, p.19) que consideraram essa frase "uma politização inadequada do propósito dos museus" (Sandahl, 2019, p.5). Embora possa ser considerada "progressista", a definição de 1974 falhou ao não incluir o património imaterial, e não estava alinhada com a diversidade de museus que estavam a surgir ao redor do mundo. Entre estes, os ecomuseus na França, que existiam desde o início da década de 1970, os museus indígenas na América Latina, criados já na década de 1950, e os museus comunitários nos Estados Unidos, existentes desde o final da década de 1960 (Soares, 2020, p.19).

No início da década de 1970, a *American Alliance of Museums* – designada, à época, *American Association of Museums* – apresentou igualmente uma proposta de definição de museu (Mairesse, 2019, p.15). Segundo esta organização, um museu consiste numa "instituição organizada e permanente", "sem fins lucrativos", com finalidade "educativa" e/ou "estética", dotada de "colaboradores profissionais", que possui "objetos tangíveis", assegurando a sua preservação, e abrindo ao público em horários regulares (Fitzgerald, 1973, p.16).

A definição de 1974 do ICOM permaneceu em vigor durante 15 anos, e só em 1989, 1995 e 2001 foram efetuados pequenos ajustes à mesma. Foi apenas em 2007 que uma nova definição foi elaborada, reforçando a importância do museu enquanto espaço que "adquire, conserva, investiga, comunica e expõe" tanto o património material como o imaterial (Ribeiro, 2019, par.4).

Muitos membros do ICOM defendiam que a definição vigente não refletia de forma adequada a atual realidade e o funcionamento dos museus. Por esse motivo, durante a Conferência Geral do ICOM de 2016, decidiu-se iniciar um debate em torno da definição, para a elaboração de um novo texto (Lehmannová, 2020). Em resposta, foi constituído, em 2017, o Comité sobre a Definição de Museu, Perspetivas e Possibilidades (MDPP) (Mairesse, 2019, p.156; Ribeiro, 2019). O referido Comité deu início a um processo de reinterpretação, revisão e reformulação da definição de 2007, apresentando uma nova proposta a ser discutida e votada na Conferência Geral do ICOM, em Quioto, em 2019 (Sandahl, 2019, p.2). Cumpre referir que surgiram alguns parâmetros para a elaboração da nova definição: deve ser clara relativamente ao propósito dos museus e à base de valores a partir da qual estes enfrentam os seus desafios e põem em prática as suas responsabilidades sustentáveis, éticas, políticas, sociais e culturais no século XXI; deve manter as "[...] funções de colecionar, preservar, documentar, investigar, exhibir e, de [...] comunicar as coleções ou outras evidências do património cultural"; deve reconhecer a urgência das crises ambientais, assim como "[...] desenvolver e implementar soluções

sustentáveis"; deve respeitar e considerar "[...] as visões de mundo, as condições e as tradições muito diferentes sob as quais os museus funcionam em todo o mundo"; deve reconhecer "[...] os legados e a presença contínua [...] das profundas desigualdades sociais e assimetrias de poder e riqueza – em todo o mundo, bem como a nível nacional, regional e local"; deve refletir o papel especializado dos museus, mas também a ideia de "[...] colaboração e o compromisso partilhado" na responsabilidade para com as suas comunidades; deve expressar o compromisso dos museus em se afirmarem como locais de encontro e como plataformas abertas e diversificadas para a aprendizagem; deve expressar "a responsabilidade e a transparência sob as quais se espera que os museus [...] usem os seus recursos materiais, financeiros, sociais e intelectuais" (Sandahl, 2019, p.2).

Durante este processo, também os membros do ICOM foram convidados a enviar as suas propostas, tendo sido recebidas, na totalidade, 250 contribuições (Lehmannová, 2020). Concluída a fase de análise, o MDPP remeteu ao Comité Executivo, em julho de 2019, cinco propostas para a nova definição. Destas, o Comité selecionou uma versão para votação, cuja divulgação ocorreu a 25 de julho (Carvalho, 2019). De acordo com esta proposta, os museus configuram-se como "espaços democratizantes, inclusivos e polifónicos, orientados para o diálogo crítico" sobre o passado e o futuro, "reconhecendo e lidando com os conflitos e desafios do presente". Adicionalmente, assumem, em nome da sociedade, a "custódia de artefactos e espécimes", preservando memórias diversas para as gerações futuras e "garantindo a igualdade de direitos e de acesso ao património a todas as pessoas" (Ribeiro, 2019, par. 6).

Durante a Conferência Geral, ocorreu debate intenso acerca do significado da nova proposta. Os museus europeus, em particular, expressaram descontentamento face ao facto de a definição desvalorizar o elemento central que originou os museus: a coleção. Apesar de a maioria reconhecer as qualidades indiscutíveis da proposta, ao salientar os museus como espaços de democratização, inclusão social, diálogo crítico, qualidade e acesso ao património, considerou-se que a definição permanecia incompleta e incapaz de satisfazer plenamente as perspetivas de todos os membros (Lehmannová, 2020).

Carvalho (2019) refere que a definição também foi alvo de outras críticas. Segundo a museóloga, a primeira crítica prende-se com a forma e conteúdo da proposta, por se tratar de uma definição muito longa "para que as várias partes que a compõem possam ser ditas e repetidas a outros" dificultando, desta forma, a sua disseminação e adoção (Carvalho, 2019, secção "Lições a partir de Quioto"). A segunda objeção refere-se ao facto desta proposta evidenciar uma posição excessivamente política, o que suscitou

algum desconforto entre alguns membros (Carvalho, 2019, secção "Lições a partir de Quioto"). No que concerne às funções do museu, a definição mantém palavras como "recolha", "conservação", "investigação", "interpretação" e "exposição". No entanto, uma dimensão crucial ausente é a educação. Ao não explicitar a educação como um objetivo central dos museus, corre-se o risco de que esta faceta venha a ser subestimada ou até negligenciada no futuro (Carvalho, 2019, secção "Lições a partir de Quioto"). Outra crítica levantada está relacionada à exclusão da caracterização do museu como uma "instituição permanente". A mesma autora refere que essa expressão se encontrava presente na definição de 2007 e na Lei-Quadro de Museus Portugueses de 2004⁵, sendo considerada relevante para sublinhar a continuidade e a estabilidade destes espaços no decorrer do tempo. Por fim, Carvalho (2019, secção "Lições a partir de Quioto") assinala que diversos membros manifestaram descontentamento, argumentando que a proposta continha questões que dificultavam a sua aplicação às legislações nacionais, dado que alguns países não possuem legislação específica para os museus.⁶

A proposta, submetida a votação na Conferência Geral do ICOM em Quioto, não foi aprovada. Vários membros, incluindo o ICOM Portugal, concluíram que a proposta, tal como foi apresentada, se aproximava mais de uma "declaração de aspirações" ou de uma "visão" normativa do que de uma definição com carácter operacional e aplicável na prática (Carvalho, 2019, secção "Lições a partir de Quioto"; Ribeiro, 2019, par.8). Em 2022, uma definição de museu foi aprovada durante a Assembleia Geral Extraordinária do ICOM, obtendo 92% dos votos dos participantes. A definição atualmente em vigor caracteriza o museu como "uma instituição permanente, sem fins lucrativos e ao serviço da sociedade", cuja missão inclui a pesquisa, a coleção, a conservação, a interpretação e a exposição do "património material e imaterial" da humanidade. Defende-se, ainda, que os museus devem ser "acessíveis", "inclusivos" e "abertos ao público", promovendo "a diversidade e a sustentabilidade". Com a "participação das comunidades", os museus não apenas "funcionam e comunicam de forma ética e profissional", como proporcionam experiências diversificadas que visam a "educação", a "fruição", a "reflexão" e a "partilha de conhecimento" (ICOM, 2021, par.4).

⁵ Para mais informações sobre a Lei-Quadro de Museus Portugueses de 2004, consulte o Diário da República online: <https://diariodarepublica.pt/dr/detalhe/lei/47-2004-480516>

⁶ De acordo com Carvalho (2019), as definições propostas pelo ICOM são essencialmente uma referência ou inspiração para os museus e os profissionais do setor. Em geral, cada país adota um "conceito próprio de museu, adaptando-o à sua realidade específica, consensualizado profissionalmente e/ou validado juridicamente" (secção, "Lições a partir de Quioto"). Em Portugal, por exemplo, a definição de museu foi formalmente introduzida pela Lei-Quadro de Museus, promulgada em 2004 (Carvalho, 2019, secção, "Lições a partir de Quioto").

Os "museus estão a tentar tornar-se" instituições mais inclusivas, enfrentando o seu "legado de exclusão institucionalizada" e, ao abordar as "questões de representação", de "acesso" e "participação", fomentar a igualdade e a democratização cultural (Sandell, 1998, p.410). Desta forma, os museus procuram remover as barreiras que condicionam o acesso e a participação aos espaços museológicos por parte de determinados grupos. Tais barreiras podem ser culturais, financeiras, emocionais, físicas ou intelectuais (Dodd & Sandell, 2021, p.12; Sandell, 1998, p.410).

1.2 O museu inclusivo

Os museus operam de acordo com uma série de "mecanismos" que podem dificultar ou impedir o acesso de determinados grupos, contribuindo, assim, para a sua exclusão (Sandell, 1998, p.407). Deste modo, qualquer reflexão sobre inclusão social nos museus implica, necessariamente, explorar o conceito de exclusão social.

O termo "exclusão social" afirmou-se durante a década de sessenta do século XX, em França, para descrever aqueles que não estavam protegidas pelo sistema de segurança social do Estado, os indivíduos economicamente carenciados. Não obstante, nas duas décadas seguintes, o uso do termo tornou-se mais abrangente (Silver, 1994, p.532). A definição do termo é geralmente atribuída a René Lenoir (1974) - Secretário de Estado para a Ação Social. De acordo com Lenoir, os "excluídos" correspondiam a cerca de um décimo da população francesa e englobavam pessoas com deficiência física ou mental, indivíduos com pensamentos suicidas, indivíduos idosos com invalidez, crianças vítimas de abuso, indivíduos toxicodependentes, delinquentes, progenitores solteiros, famílias em situação de vulnerabilidade diversa, pessoas associadas, e outros classificados como "inadaptados" (Silver, 1994, p.532).

O conceito foi amplamente aceite, na medida em que proporcionava uma perspetiva mais holística da desigualdade do que as concepções tradicionais de pobreza, centradas sobretudo no acesso a recursos materiais (Dodd & Sandell, 2001, p.9). À medida que a popularidade do conceito foi crescendo, em parte devido à influência de alguns Estados-membros da União Europeia, que estavam insatisfeitos com o uso do termo "pobreza" e as suas conotações (Walker, 1997, p.7), o seu significado alterou-se e tornou-se mais fluído e em evolução (Dodd & Sandell, 2001, p.9). Paralelamente, surgiu a consciência de que outros problemas sociais também mereciam atenção⁷ (Bhalla & Lapeyre, 1997, p.417).

⁷ Pesquisas adicionais sobre as origens do termo "exclusão social" concluíram que sua compreensão foi moldada pelas "tradições filosóficas de diferentes países e contextos" (Dodd & Sandell, 2001, p.9).

De acordo com Townsend (1979), "pode-se dizer que indivíduos, famílias e grupos na população estão em situação de pobreza quando carecem dos recursos" necessários para obter a alimentação, participar das atividades e ter as condições de vida que são comuns, "encorajadas ou aprovadas", nas sociedades a que pertencem (p.31). Por outro lado, "exclusão" é "um conceito mais amplo do que a pobreza" (Duffy, 1995, citada por Walker, 1997, p.8). Não se circunscreve à falta de recursos materiais, mas também inclui a incapacidade de participar efetivamente na vida económica, social, política e cultural de uma sociedade. Além disso, em algumas definições, a exclusão envolve também "a alienação e o distanciamento em relação à sociedade dominante" (Duffy, 1995, citada por Walker, 1997, p.8).

Ziyouddin (2009) aprofunda esta ideia, afirmando que a exclusão "abrange não só a falta de acesso a bens e a serviços" para a satisfação das necessidades básicas, mas também inclui a "exclusão da segurança, da justiça, da representação e da cidadania" (p.12). Ziyouddin (2009) defende, assim como a autora acima citada, que a exclusão está intimamente conectada à desigualdade nas dimensões económica, social, política e cultural (p.12). Dodd & Sandell (2001) parecem concordar dizendo que um indivíduo ou grupo "pode experimentar desvantagens dentro de, ou exclusão de, sistemas sociais, políticos, económicos e culturais" (p.9). Silver (2007) argumenta que a inclusão social e a exclusão não são opostos absolutos, significando que um indivíduo pode experimentar inclusão em determinadas áreas da vida enquanto simultaneamente enfrenta exclusão em outras. Assim, os termos "exclusão social" e "inclusão" não são "antónimos perfeitos" (p.1).

Apesar da diversidade de perspetivas sobre o conceito de exclusão social, existem "características comuns" a todas as definições. A mais relevante para as organizações culturais centra-se na "natureza multidimensional e inter-relacionada da desigualdade e desvantagem" (Dodd & Sandell, 2001, p.9). Bhalla e Lapeyre (1997) apresentam e caracterizam três dimensões da exclusão social: a económica, a social e a política.

A dimensão económica está relacionada a questões de rendimento e produção, bem como ao acesso a bens e serviços (Balla & Lapeyre, 1997, p.418). Tomando o emprego como exemplo, Bhalla e Lapeyre (1997) referem a análise de Sen (1975) para ilustrar a complexidade da exclusão e a sua inter-relação com a dimensão social. De acordo com Sen (1975) citado por Bhalla e Lapeyre (1997) o emprego está relacionado a outros três aspetos: rendimento, produção e reconhecimento. Enquanto os dois primeiros podem ser compreendidos sob a dimensão económica da exclusão, a ideia de reconhecimento

(o status conferido a um indivíduo que trabalha como membro útil da sociedade) introduz um aspeto social à questão do emprego (p.418).

A dimensão social está relacionada a diversos aspetos tais como o acesso a serviços sociais - saúde e educação; o acesso ao mercado de trabalho, e, por fim, a oportunidade de participar ativamente na sociedade e os seus efeitos na estrutura social - os laços relacionais entre as pessoas e a sociedade, e entre os indivíduos e o Estado (Bhalla & Lapeyre, 1997, p.419; Sandell, 1998, p.406). Acresce a escassez de oportunidades para a participação de determinados grupos na tomada de decisões a nível político (Bhalla & Lapeyre, 1997, p.421). Cumpre ainda referir que tais aspetos influenciam a autoestima, a dignidade e a identidade comunitária; quando comprometidos, podem conduzir à desintegração social (Sandell, 1998, p.406).

Na dimensão política, integra-se o acesso aos direitos humanos e políticos (Bhalla & Lapeyre, 1997, p.420; Sandell, 1998, p.406). Seguindo a abordagem de Marshall (1964), Bhalla e Lapeyre (1997) classificam estes direitos nas seguintes categorias: civis - como o direito à justiça, o estado de direito e a liberdade de expressão, políticos – o direito de participar no exercício político e socioeconómicos - como a igualdade de oportunidades, o direito a cuidados de saúde básicos, o subsídio de desemprego, entre outros. Segundo Sandell (1998), "a exclusão social pode ocorrer quando todos ou alguns destes direitos são negados ou não podem ser reivindicados" (p.406).

Ao definirmos "exclusão" como o processo de ser excluído, total ou parcialmente, de qualquer um dos sistemas sociais, económicos ou políticos (Walker, 1997, p.8), revela-se inadequado restringir o conceito às dimensões previamente referidas (Sandell, 1998, p 409). É relevante incluir uma quarta categoria: a dimensão cultural.

Na dimensão cultural, consideram-se os seguintes elementos: em primeiro lugar, a representação - a extensão em que a herança cultural de um indivíduo é representada na cultura; em segundo, a participação - as oportunidades de envolvimento no processo de produção cultural; e, em terceiro, o acesso - as oportunidades de desfrutar e apreciar todos os aspetos da vida cultural (Sandell, 1998, p.410). Este autor defende que a "dimensão cultural também está interconectada com as outras dimensões da exclusão." É possível argumentar-se, por exemplo, que o acesso e a participação em atividades culturais "podem aumentar a confiança, a autoestima e a autodeterminação de um indivíduo, permitindo-lhe estabelecer relações sociais e até mesmo aumentar as suas chances de garantir emprego" (p.410).

Embora seja reconhecido o esforço dos museus em prol da inclusão, estes podem ser espaços que perpetuam práticas de exclusão nas dimensões económica, política e

social anteriormente mencionadas (Sandell, 1998, p.408). Para McLean (1997), citado por Brown (2018), os museus "são produtos do poder instalado e autenticam os valores e a imagem estabelecidos ou oficiais de uma sociedade de diversas maneiras, diretamente, promovendo e afirmando os valores dominantes, e indiretamente, subordinando ou rejeitando valores alternativos" (p.120).

Assim, pode ser argumentado, por exemplo, que "a exclusão de grupos minoritários das dimensões política, económica e social reflete-se no museu, que deixa de contar as histórias desses grupos e lhes nega o acesso aos seus serviços [...]", nomeadamente através da omissão da sua representação nas coleções e exposições do museu, da cobrança de bilhetes, entre outros aspetos (Sandell, 1998, p.408). No que respeita à representação como um mecanismo de exclusão, Brown (2018) parece concordar com Sandell (2018), afirmando que os grupos minoritários podem sentir-se marginalizados e não representados pelos museus, porque estes refletem frequentemente uma narrativa moldada pela perspetiva daqueles que dispõem de autoridade e influência no museu (p.120). Portanto, um museu que deixa de contar as histórias desses grupos reforça a sua posição de exclusivismo ao transmitir uma imagem que perpetua os preconceitos e as práticas discriminatórias que imperam sociedade (Sandell, 1998, p.408). Por outro lado, o bilhete de entrada tem sido entendido como o "principal obstáculo" ao acesso e à inclusão social nos museus, sobretudo para as famílias economicamente carenciadas (Kinsley, 2016, p.480). Uma das propostas para promover a inclusão deste segmento da população consiste em implementar a gratuidade na entrada nos museus (Kinsley, 2016, p.480). Seguindo a teoria de justiça social de Nancy Fraser (1995, 2003, 2007), Kinsley (2016) argumenta que tal medida pode ser uma solução "transformadora", dado que eliminaria as barreiras de "diferenciação" entre classes sociais, ou seja, entre aqueles que dispõem e aqueles que não dispõem dos recursos financeiros necessários para aceder ao espaço museológico. Parte-se, assim, da premissa de que, ao remover essa barreira, todos, independentemente da sua condição financeira, passam a usufruir, em condições de igualdade, dos benefícios culturais e educativos proporcionados pelos museus (Kinsley, 2016, pp.480-481).

Deste modo, se os museus podem contribuir para a exclusão social de determinados grupos, importa questionar até que ponto possuem a capacidade de ajudar a recuperar e a reintegrar aqueles que se encontram em situação de exclusão.

O museu inclusivo considera a exclusão social na sua dimensão cultural. Contudo, a natureza inter-relacionada do processo de exclusão social, já anteriormente discutida, sugere que a promoção da inclusão no domínio cultural poderá gerar impactos positivos

também nas restantes dimensões. Por exemplo, um museu inclusivo, ao representar as histórias e expressões culturais de um grupo étnico minoritário, procura dar-lhe visibilidade e, simultaneamente, favorecer o acesso deste aos seus serviços (Sandell, 1998). Neste sentido, a criação de mostras e coleções "culturalmente específicas", constitui uma estratégia fundamental, uma vez que visa refletir e valorizar as histórias e tradições desses grupos (Dodd & Sandell, 2001, p.93). Um outro aspeto recorrente nos trabalhos científicos, e que é pertinente destacar no domínio da presente dissertação, corresponde à representação da deficiência nos museus. No âmbito do seu projeto de investigação intitulado "*The Representation of Disability in DGPC Museums Collections: Discourse, Identities and Sense of Belonging*", Martins (2018) analisou as coleções dos museus portugueses, constatando que a grande parte dos objetos relacionados com a deficiência foi produzida por artistas sem deficiência. Este facto levanta questões quanto à autenticidade e à fidedignidade dessas representações, sobretudo porque, em muitos casos, estas são construídas com base em estereótipos (Martins, 2021, p.138). Martins (2021) argumenta, assim, que os museus que representam a deficiência a partir de uma perspetiva "positiva", contribuirão para o combate à "desqualificação social" associada a ela, promovendo a construção "novos significados culturais" e "novas práticas sociais" (p.138). A representação da deficiência pode contribuir para a capacitação das pessoas com deficiência, promovendo uma nova "consciência de identidade" (p.138). Os objetos que abordam a deficiência devem ser entendidos como "uma fonte de conhecimento e orgulho", bem como "uma oportunidade para os museus diversificarem os seus públicos e as narrativas que partilham" (p.138). A representação de uma comunidade no museu contribui para a valorização e afirmação da sua identidade, o reforço da sua autoestima e a promoção da tolerância e da compreensão (Sandell, 1998, p.411).

Segundo Sandell (2003), os museus possuem a capacidade de abordar a exclusão para além do domínio cultural. O autor sustenta que, enquanto "agentes de mudança" a nível individual, comunitário e societal, os museus podem contribuir para o combate à "saúde precária", ao elevado "índice de criminalidade" e ao "baixo desempenho educacional e desemprego" (pp.45-46). Assim, é possível identificar duas abordagens centrais através das quais os museus têm vindo a reconfigurar a sua atuação face aos problemas sociais associados à exclusão (Sandell, 1998, p.412). Por um lado, alguns museus assumem o papel de "agentes de regeneração social" (Coleman, 2018, p.19; Greenhill-Hooper et al., 2020, p.12; Sandell, 1998, p.412). Estes visam capacitar as comunidades, promovendo a sua autodeterminação e fomentando a confiança e as competências necessárias para assumirem maior controlo sobre as suas vidas e sobre o desenvolvimento dos bairros onde residem (Sandell, 2003, p.45). Neste sentido,

desenvolvem projetos públicos, em parceria com outras organizações (Sandell, 2003, p.45). Por outro, existem museus que procuram atuar como "veículos para uma mudança social mais ampla" (Coleman, 2018, p.20; Sandell, 1998, p.414). Estes visam promover a compreensão e a tolerância face a grupos minoritários, implementando programas que transcendem as ações comunitárias tradicionais. Desejam, ainda, influenciar a opinião pública, fomentando transformações sociais positivas (Coleman, 2018, p.20; Sandell, 1998, p.416). Enquanto alguns museus se limitam a aumentar a conscientização sobre temas sociais, os museus orientados para a mudança social adotam uma postura clara e intencional relativamente a questões sociais controversas. Estes abordam temas como desigualdade social, entre outros (Coleman, 2018, p.68).

Ambas as abordagens partilham a convicção de que os museus possuem potencial para mitigar as causas e consequências da exclusão social. Contudo, o impacto destes museus encontra-se condicionado por diversos fatores, tanto internos como externos à organização (Sandell, 1998, p.415).

1.3 Concepções de deficiência

O paradigma individual e/ou médico de abordagem à deficiência persiste como um "princípio organizador de muitas políticas públicas" voltadas para o auxílio às pessoas com deficiência (Pinto, 2015, pp.177-178). No entanto, nas décadas de setenta e oitenta do século XX, "este modelo foi fortemente criticado e veio mesmo a ser rejeitado" (Pinto, 2015, p.178). Esta abordagem, concebida por indivíduos sem deficiência, centra-se "no paradigma do deficit e no seu tratamento, considerando a pessoa com deficiência como sendo doente, incapaz de trabalhar e de exercer as tarefas comuns sem depender de ajuda" (Martins, 2013, p.2). O propósito deste modelo é restaurar o sistema ou a função corporal afetada, aproximando-a do que é considerado "normal". Contudo, para muitas pessoas com deficiência, esta constitui uma dimensão intrínseca da sua identidade. Assim, abordar a questão da possibilidade de cura pode ser ofensivo⁸ (Olkin, 2022; Resource: The Council for Museums, Archives and Libraries, 2001, p.13). A deficiência é concebida como um "problema singular do indivíduo" e, conseqüentemente, recai sobre a própria pessoa a responsabilidade de se adaptar e reabilitar, de modo a corresponder às exigências da vida em sociedade (Martins, 2013, p.2). Este modelo não reconhece, nem valoriza, a contribuição que estas pessoas podem oferecer e falha em reconhecer as diferenças como expressão da diversidade que caracteriza a sociedade (Resource: The Council for Museums, Archives and Libraries, 2001, p.13).

⁸ Tal modelo propõe que os profissionais com formação são os verdadeiros "especialistas" em matéria de deficiência, e, conseqüentemente, espera-se que as pessoas com deficiência sigam rigorosamente as orientações e recomendações destes profissionais (Olkin, 2022).

Como resultado, na última metade do século XX, "a sociedade permaneceu alheia" às características e necessidades destes indivíduos (Martins, 2013, p.2). Durante esse período, a sociedade não assumiu um papel ativo na mudança das práticas sociais e das atitudes relativamente à deficiência. Houve pouco interesse em adaptar os espaços para torná-los mais acessíveis, bem como fomentar o uso de tecnologias de apoio. Esse comportamento agravou o problema da exclusão social, perpetuando a marginalização dessas pessoas (Martins, 2013, p.2).

Paralelamente, surgiu o modelo de tragédia ou caridade (Resource: The Council for Museums, Archives and Libraries, 2001, p.13). Este paradigma caracteriza as pessoas com deficiência como vítimas do destino ou do pecado, merecedoras de compaixão. Tal perspectiva encontra-se profundamente enraizada em princípios e ideologias de natureza religiosa, que incentivam os crentes a manifestar "bondade e generosidade" para com estas pessoas mediante doações e obras de caridade (Olsen, 2024, p.7). Esta visão não reconhece nem atribui o devido valor ao contributo que estas pessoas são capazes de aportar à sociedade (Council for Museums, Archives and Libraries, 2001, pp.13-14).

No Reino Unido, desenvolveu-se posteriormente o modelo social da deficiência. Os fundamentos conceptuais desta abordagem foram inicialmente delineados pela *Union of Physically Impaired Against Segregation* (UPIAS). Esta união, constituída por pessoas com deficiência, emergiu na Grã-Bretanha com o propósito de combater a exclusão das pessoas com deficiência física e o seu isolamento face à sociedade dominante (Olsen, 2024, p.5; Oliver, 2004, p.19; Oliver, 1996, citado por Dodd et al., 2008; Pinto, 2015, p.178). Este modelo constitui um dispositivo heurístico que distingue entre incapacidade, atribuída à "organização social", e deficiência, considerada um "atributo social, médico" e individual (Dodd et al., 2008, p.6). Sob a perspectiva do modelo social da deficiência, cabe à sociedade promover a inclusão das pessoas com deficiência, criando condições que lhes permitam desenvolver as suas capacidades. Tal implica que a sociedade deve assumir a responsabilidade de eliminar todas as barreiras, sejam elas arquitetónicas, comunicacionais ou atitudinais - que dificultam a participação plena destes indivíduos (Martins, 2013, p.2).

O documento "*Os Princípios Fundamentais da Deficiência*", publicado em 1976 pela UPIAS, propõe uma definição que diferencia os termos "deficiência" e "incapacidade". O primeiro está associado à ausência total ou parcial de um membro, ou a uma alteração estrutural ou funcional de um membro, órgão ou mecanismo do corpo. Já a incapacidade relaciona-se com a desvantagem ou restrição de atividade imposta por uma organização social contemporânea que não considera, ou considera muito pouco, as pessoas com

deficiências físicas, excluindo-as, assim, da participação em atividades sociais habituais (UPIAS, 1976).

Em 2001, a Organização Mundial de Saúde (OMS) elaborou uma nova classificação de deficiência: a Classificação Internacional de Funcionalidade, Incapacidade e Saúde (CIF) propondo, assim, um quarto paradigma de análise - o modelo biopsicossocial. Este modelo incorpora elementos dos modelos médico e social, acrescentando a procura em oferecer uma perspetiva sobre as "diferentes perspetivas de saúde: biológica, individual e social" (OMS & Direção-Geral da Saúde, 2004 p.22). A CIF estrutura-se em duas dimensões: "a funcionalidade e a incapacidade" e os "fatores contextuais" (OMS & Direção-Geral da Saúde, 2004 p.11). A primeira subdivide-se em duas componentes: 1.^a, funções do corpo (fisiológicas ou psicológicas) e estruturas do corpo (partes anatómicas) e 2.^a, atividades e participação (limitações da atividade e restrição da participação nas áreas vitais, desde a aprendizagem básica ou observação, às áreas mais complexas, como as interações interpessoais ou de trabalho) (OMS & Direção-Geral da Saúde, 2004 pp.13-17). A segunda subdivide-se em duas componentes: 1.^a, fatores ambientais (refere-se ao ambiente físico, social e atitudinal no qual as pessoas vivem - casa, local de trabalho, escola e o contacto direto com outros indivíduos - e às estruturas sociais, comunitárias, culturais, leis, regulamentos e atitudes que impactam os indivíduos); 2.^a, fatores pessoais (refere-se às características, ao histórico e estilo de vida de um indivíduo, que não são "parte de uma condição de saúde" ou de "um estado de saúde". Estes fatores podem incluir o sexo, etnia, idade, hábitos, educação recebida, entre outros) (OMS & Direção-Geral da Saúde, 2004 pp.18-19).

Embora a CIF seja classificada e organizada conforme descrito, a OMS sublinha que a funcionalidade e a incapacidade de um indivíduo resultam da interação dinâmica entre o seu estado de saúde, que pode incluir condições como doenças, distúrbios, lesões ou traumas, e os fatores contextuais (OMS & Direção-Geral da Saúde, 2004 p.12). Estas interações são, contudo, "específicas" e nem sempre ocorrem numa "relação unívoca previsível". Desta forma, "é importante colher dados sobre estes constructos de maneira independente" e, só depois, "explorar as associações e ligações causais entre eles" (OMS & Direção-Geral da Saúde, 2004 pp.20-21). Neste contexto, a OMS conceptualiza "incapacidade" como "o resultado de uma relação complexa entre a condição de saúde do indivíduo e os fatores pessoais, com os fatores externos que representam as circunstâncias nas quais o indivíduo vive". Ou seja, diferentes ambientes podem ter "um impacto distinto sobre o mesmo indivíduo com uma determinada condição de saúde" (2004, p.19). Ambientes com a presença de barreiras ou sem "facilitadores" tendem a "restringir o desempenho" de uma pessoa, ao passo que contextos ou "ambientes

facilitadores" podem potenciá-lo. A sociedade, neste sentido, desempenha um papel central, podendo "limitar o desempenho" ou participação de um indivíduo ao criar barreiras como edifícios inacessíveis, ou ao não disponibilizar os recursos necessários, como "dispositivos de auxílio" (OMS & Direção-Geral da Saúde, 2004, p.19).

Em Portugal, não há consenso relativamente à utilização dos termos "deficiência" e "incapacidade". Importa referir, no entanto, que o Plano de Ação para a Integração das Pessoas com Deficiência ou Incapacidade (PAIPDI) publicado em 2006 sugere a adoção do termo "incapacidade", por considerar que este traduz de forma mais adequada os "aspectos negativos da interseção do indivíduo com o problema de saúde e o seu meio físico e social" (p.22). Todavia, o documento reconhece que "deficiência" é a palavra de referência que predomina em Portugal. Por esse motivo, o documento optou por adotar os dois termos, visando estabelecer a "transição e indicar um caminho para a adopção da nova terminologia" (p.22). Outros documentos, como a Convenção Sobre os Direitos das Pessoas com Deficiência (2006) e o Protocolo Opcional (2009) usam a palavra "deficiência". Apesar dessa escolha terminológica, a referida convenção reconhece que a "deficiência" é um conceito em evolução, que resulta da interação entre "pessoas com incapacidades e barreiras comportamentais e ambientais" que dificultam ou impedem a sua participação plena e efetiva na sociedade em condições de igualdade com as outras pessoas (p.1).

1.4 A Acessibilidade e inclusão nos museus

O direito à inclusão social foi consagrado pela Assembleia Geral das Nações Unidas no ano de 1948, aquando da aprovação da Declaração Universal dos Direitos Humanos, documento que proclama valores como a liberdade, a igualdade, a justiça e a dignidade. Relativamente à cultura e às artes, o artigo 27.º da referida Declaração estabelece que "todo ser humano tem o direito de participar livremente da vida cultural da comunidade, de fruir as artes e de participar do progresso científico e de seus benefícios" (Nações Unidas - Centro Regional de Informação para a Europa Ocidental, 2019). Este direito encontra-se igualmente consagrado na Constituição da República Portuguesa que, no artigo 73.º, esclarece que "O Estado promove a democratização da cultura, incentivando e assegurando o acesso de todos os cidadãos à fruição e criação cultural". A Convenção sobre os Direitos das Pessoas com Deficiência, aprovada por Portugal no ano de 2009, estabelece, no artigo 3.º, a "participação e inclusão plena e efetiva na sociedade", bem como o "respeito pela diferença e aceitação das pessoas com deficiência como parte da diversidade e humanidade". O artigo 30.º reforça, igualmente, o direito de todas as pessoas com deficiência a participar, em igualdade de condições com os demais, na vida cultural, assim como a necessidade de adoção de medidas que assegurem a

acessibilidade das pessoas com deficiência aos serviços culturais promovidos por monumentos, museus ou outros espaços culturais nacionais.

Desde então, foram produzidos diversos documentos, publicações e relatórios, entre outros, tanto a nível internacional como nacional. Em Portugal, destaca-se a publicação "*A participação cultural de pessoas com deficiência ou incapacidade: Como criar um plano de acessibilidade*", lançada no ano 2020, a qual apresenta orientações e normas gerais aplicáveis a qualquer espaço cultural, incluindo museus. Anteriormente, em 2017, a Direção-Geral do Património Cultural publicou o guia de boas práticas, "Comunicação Inclusiva em Monumentos, Palácios e Museus", elaborado por Ana Garcia, Clara Mineiro e Josélia Neves. O guia procurou sintetizar os conceitos fundamentais relacionados com a comunicação e a acessibilidade nos espaços culturais, mencionando a comunicação multissensorial, abordagem que será aprofundada no subcapítulo seguinte. Destaca-se a Estratégia de Promoção da Acessibilidade e da Inclusão dos Museus, Monumentos e Palácios 2021-2025 (EPAI 2021-2025) na dependência da Direção-Geral do Património Cultural (DGPC) e das Direções Regionais de Cultura (DRC). A EPAI, apresentada em dezembro do ano de 2021 e sujeita a consulta pública até 14 de janeiro de 2022, integra os contributos de diversas entidades consultadas e contempla um total de 90 medidas organizadas em cinco eixos estratégicos. Estas medidas estabelecem objetivos e metas específicas, orientadas para o reforço da qualidade das políticas públicas no domínio da acessibilidade universal, contribuindo, também, para o fortalecimento da coesão social.

Em todos estes documentos, enfatiza-se a persistência de barreiras ao acesso que ainda carecem de superação. Relativamente a esta temática, a Acesso Cultura (2020) - "uma associação" "sem fins lucrativos" que reúne profissionais do setor cultural e outras "pessoas interessadas" nas questões da acessibilidade, nomeadamente física, social e intelectual - sublinha que o acesso não deve ser entendido apenas como uma questão circunscrita às pessoas com deficiência ou incapacidade, nem reduzido à eliminação de barreiras arquitetónicas, "apesar de muitas ainda continuarem a existir e a ser criadas" (p.14). A Acesso Cultura entende que este é "um conceito mais abrangente", dado que "integra três dimensões gerais: o acesso físico, social e intelectual" (p.14).

As barreiras físicas, sejam de origem natural ou artificial, encontram-se associadas à estrutura/configuração dos edifícios e constituem obstáculos à circulação de pessoas com mobilidade reduzida em diversos espaços e instalações. Segundo a Acesso Cultura (2020, p.14) estas barreiras afetam, sobretudo, as pessoas que se deslocam em cadeira de rodas, manual ou elétrica, e, ainda, as pessoas que conseguem andar, mas que têm dificuldade em caminhar longas distâncias ou em ultrapassar obstáculos como escadas

ou passeios. Entre os grupos afetados incluem-se, grávidas, pessoas idosas, pessoas paraplégicas, indivíduos com esclerose múltipla ou pessoas que sofreram acidente vascular cerebral, entre outros. As barreiras sociais associam-se a fatores como "o nível de escolaridade, o analfabetismo ou a baixa literacia, o desemprego, o isolamento social ou geográfico, a escassez de oferta cultural na zona de residência, o cumprimento de pena judicial", entre outros fatores (Acesso Cultura, 2020, p.14). As barreiras intelectuais impedem ou dificultam o acesso de pessoas que são analfabetas, que apresentam baixa literacia, que não dispõem de conhecimento técnico e/ou científico especializado sobre determinado tema, que não têm o português como língua materna ou que apresentam uma deficiência, como por exemplo, pessoas cegas, S/surdas⁹, com baixa audição, com défice de atenção, com deficiência intelectual ou pessoas no espectro do autismo, entre outras (Acesso Cultura, 2020, p.14). Segundo a Acesso Cultura (2020) embora as barreiras físicas sejam "as mais óbvias" e conhecidas socialmente, as barreiras sociais e intelectuais revelam-se "igualmente significativas e limitadoras"¹⁰ (p.17).

Mas antes de se abordar os recursos acessíveis que os museus podem desenvolver, torna-se crucial que os museus estejam conscientes de dois aspetos: 1.º, para alcançar "uma verdadeira igualdade no direito à participação cultural, as pessoas com deficiência ou incapacidade devem poder decidir as atividades a que querem assistir, sem verem a sua escolha limitada" a dias e/ou horários específicos ou especiais; 2.º, as atividades destinadas exclusivamente a pessoas com deficiência e/ou incapacidade, devem ser a exceção, não a norma. A este respeito, a Acesso Cultura (2020) sublinha que "a primeira preocupação deve ser considerar todos os aspetos de acessibilidade na programação proposta ao público em geral", para que todas as pessoas "possam usufruir da mesma oferta e frequentar os mesmos espaços" (p.33).

A Acesso Cultura (2020) propõe, assim, o desenvolvimento de alguns recursos para promover o acesso a pessoas com deficiência, nomeadamente: a audiodescrição, que

⁹ No domínio dos Estudos Surdos, a utilização da maiúscula "S" no termo "Surdo" remete para a pertença a uma comunidade surda e para o uso "de uma língua gestual autóctone como idioma principal ou preferencial". Por sua vez, a grafia com minúscula - "surdo" - designa indivíduos com perda auditiva clinicamente diagnosticada que, contudo, podem não se identificar como membros da comunidade Surda, nem recorrer a uma língua gestual autóctone (Dia Europeu das Línguas, s.d., par.2).

¹⁰ As disposições legais referentes ao acesso físico são regulamentadas por lei, sendo obrigatório o cumprimento tanto pelas instituições tuteladas pelo Estado quanto pelas instituições privadas. Em contraste, no que diz respeito às barreiras sociais e intelectuais, não há uma regulamentação específica. No entanto, a Lei 46/2006 proíbe e penaliza a discriminação com base na deficiência. Além disso, esta lei impõe a revisão de práticas ou omissões por parte das instituições culturais que resultem em obstáculos à participação cultural de pessoas com deficiência ou incapacidade. A responsabilidade de identificar e remover essas barreiras recai sobre as próprias instituições culturais (Acesso Cultura, 2020, p.15; Decreto-Lei n.º 46/2006).

pode ser realizada ao vivo durante uma visita guiada ou ser pré-gravada num audioguia; interpretação em Língua Gestual Portuguesa (LGP) que pode decorrer ao vivo durante uma visita orientada ou ser pré-gravada num videoguia; conteúdos audiovisuais/vídeos, que devem incluir audiodescrição, interpretação em LGP e legendagem; materiais táteis, como maquetes, reproduções em relevo ou impressões 3D, que constituem recursos fundamentais para pessoas com deficiência visual; impressões em Braille e em formato ampliado, as quais, devido ao espaço que ocupam, podem ser oferecidas em brochuras separadas sempre que não seja viável integrá-las nos painéis e legendas habituais; guias com pictogramas, que constituem uma alternativa eficaz para a apresentação dos conteúdos de uma visita a visitantes com deficiência intelectual; finalmente, atividades descontraídas, planeadas para criar uma atmosfera acolhedora e relaxada, elaboradas em colaboração com especialistas, com o objetivo de possibilitar o acesso a pessoas no espectro do autismo, bem como a pessoas com défice de atenção, ou com deficiência intelectual, sensorial ou de comunicação, entre outras (pp.35-37).

Garcia et al. (2017) referem que, para além das maquetes e réplicas 3D, alguns materiais devem ser disponibilizados em formato 2D^{1/2}. Esta abordagem consiste na apresentação de elementos visuais - texto, imagens, mapas, plantas -, em impressão bidimensional passível de ser tocada, permitindo que pessoas cegas possam aceder a conteúdos de natureza predominantemente visual. As autoras acrescentam, que alguns museus já experimentaram desenvolver desenhos 2D^{1/2} de pinturas, como é o caso da Casa-Museu Anastácio Gonçalves, em Lisboa, onde algumas obras possuem versões táteis a cores, produzidas com materiais que evocam os elementos representados nas cenas pictóricas (p.71). As mesmas autoras referem, também, os audioguias, os quais devem disponibilizar conteúdos em múltiplos idiomas, incluindo o português, o inglês e outras línguas consideradas relevantes. A estes conteúdos podem ser adicionadas músicas de fundo ou efeitos sonoros, elementos que, segundo as autoras, contribuem "para sublinhar a mensagem e facilitar a criação de imagens mentais" (p.75). Além destes, referem os videoguias, que devem disponibilizar vídeos em LGP e/ou Gesto Internacional. "Para a população Surda portuguesa, é necessário disponibilizar videoguias em Língua Gestual Portuguesa [...] Mas como cada país tem a sua própria língua gestual, para comunicar com visitantes Surdos estrangeiros é indicado o Gesto Internacional" (p.76). As autoras referem ainda as aplicações para dispositivos móveis, afirmando que podem ser adicionados conteúdos em formato áudio e vídeo, sendo este último passível de incluir língua gestual (p.78). Por fim, as autoras salientam a importância dos manuais de acessibilidade que as entidades devem adotar, destacando que estes devem ser disponibilizados tanto em formato físico como digital. Estes

manuais, para além de orientarem sobre as condições de acesso físico, devem igualmente indicar os recursos e ferramentas de comunicação acessível existentes (p.82).

A Acesso Cultura (2020, p.47) enfatiza, ainda, a importância de haver um elemento na equipa do museu responsável pela coordenação da acessibilidade. Este colaborador é responsável por: considerar a acessibilidade em todas as iniciativas promovidas pelo museu; garantir que todas as iniciativas desenvolvidas no domínio da acessibilidade e da inclusão estão em conformidade com a missão do museu; assegurar o cumprimento das leis em vigor no domínio da acessibilidade; garantir uma articulação eficaz entre os diferentes departamentos do museu; assegurar a continuidade do trabalho desenvolvido neste domínio, mesmo perante eventuais mudanças ao nível da tutela, da direção ou da equipa; implementar serviços já existentes e fomentar o desenvolvimento de novos; e estabelecer uma comunicação com o exterior, nomeadamente com outras entidades culturais, associações e o público (Acesso Cultura, 2020, p.47).

O profissional designado para este cargo deverá reunir conhecimentos e experiência na área da acessibilidade, tornando-se, assim, imperativo assegurar-lhe acesso regular a formação contínua, de modo a manter-se devidamente atualizado e a desempenhar as suas responsabilidades com rigor e eficácia (Acesso Cultura, 2020, p.47).

Em Portugal, são ainda escassas as entidades culturais que atribuem esta função, de forma explícita, a um membro da sua equipa. As designações associadas ao cargo apresentam variações, podendo assumir a forma de "Coordenador/a de Acessibilidade", "Responsável pela Acessibilidade" — como no caso do São Luiz Teatro Municipal — ou "Acesso e Programas Públicos" - como na Alcantara (Acesso Cultura, 2020, pp.47-48). Noutros contextos, esta responsabilidade é assumida por profissionais provenientes de áreas como a comunicação, as relações públicas ou o serviço educativo. No caso do Teatro Nacional D. Maria II, a acessibilidade e inclusão encontra-se integrada na Direção de Relações Externas e Frente de Casa. No Teatro Nacional São João, encontra-se sob a alçada da Coordenação do Centro Educativo (Acesso Cultura, 2020, p.48).

Importa ainda referir que Garcia et al. (2017) advogam a consolidação, por parte dos monumentos, museus e palácios, de um grupo consultivo que inclua pessoas com deficiência e as suas associações representativas. Este grupo deverá assumir um papel ativo não só no desenvolvimento, mas também na testagem e avaliação de novas soluções acessíveis e inclusivas (p.7). As autoras sublinham que este grupo deverá incluir "pessoas que se interessem por Arte e Cultura" e que tenham alguma experiência em projetos de inclusão e acessibilidade cultural. Além disso, apontam exemplos de

entidades que poderão ser envolvidas no processo de validação da qualidade destes recursos, nomeadamente a Associação dos Cegos e Amblíopes de Portugal (ACAPO) e a Federação Portuguesa das Associações de Surdos (FPAS).

Considerando a relevância da dimensão sensorial na experiência do visitante, seria desejável que os museus ampliassem as atuais estratégias de comunicação acessíveis, para englobar outras experiências, neste caso experiências que apelam a todos os sentidos, como a visão, audição, tato, paladar e olfato. A oferta de visitas multissensoriais pelo museu é uma abordagem desejável para enriquecer a experiência dos visitantes (Mesquita & Carneiro, 2016, p.385-386).

O conceito de 'Museu Inclusivo' refere-se, portanto, a instituições museológicas que adotam implementam práticas e abordagens inclusivas, de modo a assegurar que todas as pessoas, independentemente das suas capacidades físicas, sensoriais ou cognitivas, tenham acesso e possam usufruir das várias experiências disponibilizadas pelo museu. A inclusão social, nos espaços museológicos, procura eliminar barreiras e promover um ambiente acessível a todos (Acesso Cultura, 2020; Garcia et al., 2017).

O presente estudo foca-se na análise da inclusão social de indivíduos com deficiências sensoriais, isto é, pessoas surdas ou com baixa audição e pessoas cegas ou com baixa visão. Dada a relevância da comunicação multissensorial como uma ferramenta eficaz para aprimorar a acessibilidade nos museus e promover a inclusão social nos espaços culturais, passamos seguidamente ao aprofundamento desta temática.

1.5 A comunicação multissensorial

Os estudos mais recentes no domínio da neurociência indicam que cada visita a um museu é, na sua essência, uma experiência multissensorial (Levent & Pascual-Leone, 2014, p.XIII). Este fenómeno é designado por "cognição corporificada", conceito que postula que o corpo humano processa a informação através de diversos sentidos - visão, audição, tato, paladar e olfato (Feenstra, 2015). Considerando a natureza corporificada do ser humano, Levent e Pascual-Leone (2014) defendem que os curadores devem procurar conceber exposições que incentivem os visitantes a mobilizar os sentidos.

Neste contexto, emergem também os termos "propriocepção", "sentido vestibular" e "sensações viscerais". A propriocepção permite-nos localizar o nosso corpo no espaço e perceber o seu movimento sem recurso à visão direta (Longo et al., 2009). O sentido vestibular informa acerca da posição do corpo em relação à gravidade, permitindo-nos perceber se nos encontramos em posição vertical ou inclinada. As sensações viscerais correspondem aos processos que ocorrem nos órgãos internos, como as alterações do

ritmo respiratório (Craig, 2002) que podem ser provocadas pela experiência intensa de observar uma obra de arte, por exemplo. Estas sensações corporais integram também a experiência museológica (Bacci & Pavani, 2014, p.18; Feenstra, 2015). Embora sejam sensações importantes para o estudo da comunicação multissensorial, este subcapítulo priorizará a análise dos cinco sentidos do corpo humano. Esta escolha justifica-se pelo nosso objetivo de investigar como a comunicação multissensorial pode beneficiar as pessoas cegas e surdas, que têm uma deficiência sensorial específica.

Nos museus, com origem nos séculos XVII e XVIII, "tanto as coleções privadas como as públicas eram frequentemente tocadas pelos visitantes e [...] exploradas através de diversos canais sensoriais" (Classen & Howes, 2006, p.201). Classen (2012), citada por Levent e McRaney (2014) descreve esses museus como um "ginásio para os sentidos" (p.76). Ao referir o Ashmolean Museum, Classen (2005), citada por Levent & McRaney (2014) afirma que as visitas guiadas realizadas por esses curadores incluíam "levantar" e "sacudir" (p.61) os artefactos. No entanto, para além do tato, outros sentidos como a audição, o olfato e o paladar, eram importantes fontes empíricas. Através da exploração multissensorial, os visitantes eram capazes de apreender as "qualidades materiais" de um artefacto, como "o peso, a forma, a textura, o odor e a construção", características estas que não podiam ser completamente percebidas usando apenas o sentido da visão (Morgan, 2012, p.66). Além disso, Classen (2005), citada por Morgan (2012) sugere que, além do empirismo, isso proporcionava aos visitantes, "uma experiência íntima" com os objetos e, por extensão, das pessoas e dos lugares do passado (p.66). Classen e Howes (2006) aprofundam esta ideia dizendo que o ato de tocar proporcionava a sensação de um encontro entre dois corpos (p.202).

Contudo, com o surgimento do museu moderno no século XIX, este evoluiu para um espaço que, na sua essência, perpetua a hegemonia do sentido da visão (Levin, 1993, citado por Morgan, 2012, p.66). A experiência dos visitantes nestes espaços permanece, em grande medida, circunscrita a uma relação visual e passiva com os objetos. Acresce que muitos destes objetos são apresentados em "ambientes protegidos, o que cria uma barreira entre o visitante e o objeto, resultando numa experiência restrita (Harada et al., 2018, p.2221). Portanto, a interação física é desencorajada, conforme preconizado pela antiga máxima "não tocar" (Lacey & Sathian, 2014, p.3). Importa referir, também, que os museus alocam uma parte dos seus recursos à garantia do cumprimento dessa regra, recorrendo a um conjunto de medidas de proteção tais como a instalação de "cordas", "sensores de movimento" que acionam alertas quando os visitantes se aproximam dos artefactos, a introdução de desníveis nos pisos e a colocação das peças em estruturas envidraçadas (Bacci & Pavani, 2014, p.17). Esta série de medidas aponta para "a noção

popular do museu" como um espaço inviolável e intocável, concebido como um local de "preservação imaculada", onde até mesmo um simples sopro poderia ser percebido como potencialmente nocivo (Classen, 2007, p.895).

Contudo, desde o início do século XX, o trabalho dos museus tem sido orientado por um princípio fundamental: o dos direitos do público, que estabelece que estes espaços se mantenham abertos e acessíveis a todos de forma equitativa (Bennett, 1995, p.90). Portanto, os museus têm reconsiderado as restrições à exploração sensorial dos objetos e, por conseguinte, a explorar o potencial das soluções multissensoriais, para promover a transmissão de conhecimento, bem como o envolvimento e participação dos visitantes (Wang, 2020, p.3).

Esta abordagem, designada "comunicação multissensorial", permite a prossecução de objetivos democráticos de maior amplitude, ao procurar atrair públicos diversos. Ao desafiar a tradição de espaços predominantemente visuais, esta abordagem favorece o desenvolvimento de uma prática museológica mais inclusiva e, ao mesmo tempo, mais interativa na apreciação e compreensão das obras de arte (Harada et al., 2018, p.2221; Morgan, 2012, p.65).

Autores como Harada et al. (2018) defendem que esta abordagem é particularmente promissora para toda as categorias de pessoas, incluindo as pessoas com deficiência, idosos, jovens, entre outros (p. 2221). De forma complementar, Stevenson (2014) refere que as pessoas com deficiência visual são aquelas que mais beneficiam das soluções de carácter multissensorial (p.159). Neves (2010) argumenta que esta abordagem pode melhorar significativamente a experiência de todos os visitantes, incluindo aqueles com deficiências sensoriais, como pessoas cegas ou com baixa visão, e pessoas surdas ou com baixa audição, "que maior esforço precisam de despende para aceder aos espólios museológicos" (p.183). Esta autora refere ainda que "ao abrir o museu a visitantes cegos [...] facultar-se-á a todos os visitantes experiência únicas". Paralelamente, "pensar em soluções para surdos, permitirá oferecer serviços que serão igualmente úteis a visitantes sem limitações auditivas" (p.183). Feenstra (2015) corrobora esta ideia ao afirmar que a utilização dos sentidos do tato, paladar e olfato nas "apresentações artísticas" beneficia não apenas os visitantes cegos e surdos, mas também o público em geral.

Importa destacar a exposição designada "*Love for the Earth: Taizhou Folk Customs from the Perspective of Cultural Geography*", apresentada no Taizhou Museum. O seu propósito foi ilustrar a evolução dos costumes populares da cidade chinesa de Taizhou, desde a antiguidade até à contemporaneidade, abrangendo domínios como a produção, a vida quotidiana, o comércio, as tradições e as crenças da sua população. A exposição

reúne uma vasta coleção de objetos e dioramas organizados em três secções principais - "Povo do Vale", "Povo à Beira-Mar" e "Povo nas Montanhas". Entre estas, destaca-se a segunda secção, dedicada à aldeia piscatória mais representativa de Taizhou, Shitang, cujas habitações foram recriadas no espaço museológico. Esta secção integra também elementos característicos do ambiente de uma aldeia de pescadores, tais como o som das ondas do mar, a sensação da brisa marítima, o aroma e o sabor do peixe seco. Os visitantes podem interagir com as exposições e dioramas, podendo, por exemplo, tocar nas paredes da casa de pedra ou mergulhar as mãos na tina de água (Wang, 2020, pp.4-6).

Na sua análise à abordagem seguida pelo Kelvingrove Art Gallery and Museum, em Glasgow (Escócia), no processo de reconfiguração das práticas de exposição sensorial, Morgan (2012) constatou que um dos objetivos principais consistia em tornar os objetos acessíveis ao toque. O projeto de renovação do museu possibilitou a introdução de objetos passíveis de manipulação, a produção de réplicas e reproduções, bem como a implementação de sistemas interativos. Estes sistemas surgem em duas modalidades: por um lado, os manuais, que convidam os visitantes a tocar, mover, empurrar ou puxar modelos tridimensionais; por outro lado, os eletrónicos, que recorrem a computadores com ecrã tátil e à disponibilização de conteúdos audiovisuais, combinando recursos visuais e sonoros. Os sistemas manuais proporcionam igualmente aos visitantes a possibilidade de explorar diferentes texturas, como peles ou penas, de envolver um modelo de múmia egípcia em ligaduras, de manipular modelos anatómicos de animais ou de experimentar trajes que representam figuras ou períodos históricos específicos. Para além disso, com o intuito de promover a inclusão de visitantes com deficiência visual, foram concebidos quadros de pintura tridimensional passíveis de serem tocados durante visitas guiadas (p.70) numa lógica que, segundo Classen (1998), visa transformar "a pele num olho tátil" (p.148).

Com efeito, desde a década de 1970 o sentido do tato tem assumido um papel de relevo, dando origem ao desenvolvimento de visitas com recurso ao tato e de workshops de carácter prático. O progresso tecnológico permitiu, subsequentemente, a introdução de recursos como ecrãs táteis, tablets e réplicas 3D de objetos artísticos, ampliando as oportunidades de interação através do toque (Feenstra, 2015).

Em Portugal, também se encontram propostas interessantes neste domínio. Muitos museus proporcionam aos visitantes a oportunidade de tocar nos objetos em exposição. "Casos há, como o do Museu do Azulejo, em Lisboa, em que se vai mais longe, dando tridimensionalidade a peças que são habitualmente planas". A produção de azulejos em

baixo relevo, para uma melhor percepção por parte de pessoas cegas, demonstra como «é possível criar condições para que todos possam "ver" à sua maneira» (Neves, 2010, p.187).

Um estudo conduzido por Mesquita e Carneiro (2016) realizado em quatro cidades europeias que dispõem de um conjunto de museus relevantes - Londres, Paris, Madrid e Lisboa - revelou que os museus tendem a adotar mais estratégias para aumentar a acessibilidade física do que para melhorar a acessibilidade dos objetos em exposição e a sua interpretação. Relativamente à acessibilidade física, verificou-se as entradas nos museus são, na sua maioria, acessíveis: "em mais de 95% dos casos, o nome e a entrada eram facilmente identificáveis e não havia portas de vidro" (p.382). As estratégias mais frequentemente implementadas para assegurar a acessibilidade física incluíram a criação de maquetes — adotada por 82% dos museus estudados —, a organização lógica dos espaços (93%) e a gestão adequada da iluminação (79%). Apenas 64% dos museus diferenciavam os espaços recorrendo a estímulos específicos, como iluminação, cores ou som, e apenas metade apresentava pisos sem degraus ou inclinações acentuadas, evitando grandes áreas com sombra. Outras medidas, como a instalação de corrimãos em zonas mais escuras ou a disponibilização de mapas em relevo, foram menos comuns. Uma minoria oferecia percursos sinalizados para orientar os visitantes pelas exposições, recorrendo a corrimãos (21%) ou indicadores táteis no chão (18%; Mesquita & Carneiro, 2016, pp. 382-383). O estudo revelou que os museus "não ofereceram muitas oportunidades para maximizar a experiência museológica proporcionada pelos cinco sentidos" (Mesquita & Carneiro, 2016, p.383). As oportunidades mais frequentemente oferecidas aos visitantes consistiram em experiências tácteis como tocar em réplicas (54%), em objetos originais (43%) ou em imagens em relevo (43%) e algumas experiências áudio, nomeadamente o uso de audioguias, tanto em versões numéricas como em versões por infravermelhos, sendo esta última particularmente útil para visitantes com deficiência visual (Mesquita & Carneiro, 2016, p.384). Os sentidos do paladar e do olfato, contudo, foram amplamente negligenciados, estando presentes em apenas 7% e 21% dos museus, respetivamente (Mesquita & Carneiro, 2016, p.384). Importa referir que os sacos pedagógicos estavam disponíveis apenas em alguns museus (29%). No Museu de Londres, por exemplo, o saco incluía objetos como peças de vestuário, vasos de madeira e cerâmica e moedas (Mesquita & Carneiro, 2016, p.384).

Desde meados do século XX, o som tem sido objeto de numerosos estudos. Entre os pioneiros nesta área destaca-se Murray Schafer. Em 1977, Schafer introduziu o termo "*soundscape*" ou "paisagem sonora" para designar a totalidade dos sons presentes num

determinado campo. Com o passar do tempo, este termo passou a ser utilizado de forma indiscriminada e, por vezes, desvinculado do seu significado original (Cortez, 2023, p. 319). Este facto levou Thibaud (2011) a propor o termo "*ambiance*", "um espaço-tempo qualificado do ponto de vista sensorial" que está relacionado com a perceção sensorial e emocional de um certo lugar (p.1). Cada "*ambiance*" possui uma atmosfera específica, que se manifesta "na presença física dos elementos" e no modo como as pessoas interagem com o ambiente. Desta forma, "*ambiance*" é uma combinação de elementos subjetivos, que se relacionam com as experiências individuais, e elementos objetivos, que envolvem as características tangíveis do ambiente construído (Thibaud, 2011, pp.1-2).

Segundo Cortez (2023) nos últimos anos tem-se verificado um aumento nas práticas expositivas multimodais¹¹, nas quais o som assume um papel central. Esse fenómeno decorre do reconhecimento de que o som é um meio eficaz para construir um "espaço altamente social", capaz de facilitar a interação e a participação dialógica (p.371). Este espaço social contrasta com a conceção de espaço estático que caracteriza as práticas museológicas mais convencionais (Cortez, 2023, p.371). Neste enquadramento, desde 2010, a investigadora Alcina Cortez tem desenvolvido estudos no sentido de mapear e categorizar essas práticas.

O trabalho de Cortez (2021, pp.50-61) culmina na definição de um quadro composto por cinco práticas multimodais centradas no som: "*sound as lecturing*". Esta abordagem conceptualiza o som a partir de duas perspetivas diferentes, ainda que complementares. Numa, o som é entendido como irrelevante ou até perturbador, sendo suprimido; noutra é utilizado, embora restrito à função de substituir uma "aula oral", através de tecnologias como o fonógrafo, o gramofone, as emissões radiofónicas ou, mais recentemente, os audioguias (p.50); a prática de "*sound as artefact*" pode assumir duas vertentes: por um lado, exposições especificamente dedicadas à música popular; por outro, como recurso de apoio a narrativas que requerem o som enquanto elemento complementar; a prática "*sound as ambiance/soundtrack*" consiste na utilização de som em exposições para criar paisagens auditivas com valor temático, afetivo ou evocativo.

A prática denominada "*sound as art*" baseia-se na compreensão de que o som, seja de natureza musical ou não musical, constitui um material passível de ser explorado na

¹¹ No contexto museológico, a multimodalidade permite "explicar os significados que surgem tanto dentro como entre a ampla gama de recursos museológicos utilizados atualmente nos museus". A experiência do visitante é "incorporada", "multissensorial" e mediada por "tecnologias e co construída socialmente" (Diamantopoulou et al., 2024, p.250). A multimodalidade procura respeitar a globalidade do ser humano, oferecendo diversas oportunidades de aprendizagem que atendem a diferentes estilos e necessidades (Garcia, Mineiro e Neves, 2017, p.5).

criação de obras de arte (Cortez, 2021, pp.61-64). Por fim, a prática designada "*Sound as crowd-curation*" relaciona-se com a cocriação cultural potenciadas pelas tecnologias, podendo ser analisada sob duas vertentes. A primeira prende-se com a necessidade de os museus reconhecerem as plataformas no digital como espaços de produção cultural. Um exemplo desta dimensão ocorre quando estas plataformas permitem que o museu funcione como um "fornecedor de conteúdos", participando na criação de arquivos de património no digital como no caso da Europeana, ou no desenvolvimento de visitas em *apps de storytelling* (Lacedelli, 2018, p.34). A segunda assenta no reconhecimento das redes sociais como espaços de "produção cultural", desde que os museus aceitem os múltiplos papéis que o utilizador pode desempenhar, enquanto consumidor, distribuidor, curador e/ou criador de conteúdos (Lacedelli, 2018, p.34).

As pessoas cegas requerem o recurso a tecnologias de apoio, como o áudio, para acederem aos conteúdos expositivos (Montsho, 2022). O audioguia constitui o principal recurso disponibilizado pelos museus para esse fim. De acordo com Vilatte (2007), citado por Martins (2012), o audioguia é um equipamento portátil semelhante a um telemóvel, que é transportado pelos visitantes ao longo do museu, oferecendo comentários e descrições sobre as exposições, salas e outros artefactos, bem como auxiliam na sua interpretação e compreensão" (p.104). A mesma autora sublinha ainda que o audioguia permite "melhorar a experiência do museu para todos, não só para crianças e famílias, público em geral ou estrangeiros", mas também para as pessoas cegas e pessoas com deficiência intelectual (Vilatte, 2007, citado por Martins, 2012, p.104).

Embora frequentemente negligenciado (Mesquita & Carneiro, 2016, p.384) o sentido do olfato tem vindo a ser progressivamente explorado pelos museus, procurando-se tirar partido das "suas propriedades psicológicas incomuns" (Stevenson, 2014, p.151). O uso deste sentido em exposições museológicas pode ser sistematizado em duas categorias principais. A primeira corresponde aos museus dedicados ao olfato, como é o caso dos museus da indústria da perfumaria. Nesta categoria incluem-se igualmente os museus dedicados à temática da alimentação e das bebidas¹² (Stevenson, 2014, p.151). Muitos destes museus oferecem a possibilidade de provar ou cheirar alimentos ou ingredientes. Incluem-se, ainda, nesta categoria os museus sobre o vinho, que apresentam a história do produto, as técnicas de produção, proporcionando ainda experiências de degustação

¹² Estes integram-se nesta categoria porque "um componente significativo da perceção do sabor vem da função olfativa retronasal" (Stevenson, 2014, p.151) que é utilizada para detetar os produtos químicos voláteis "libertados pela parte de trás da boca durante a ingestão de alimentos e bebidas" (Ni et al., 2015, p.14703).

(Stevenson, 2014, p.152). A segunda categoria, que é a mais relevante para o presente estudo, diz respeito à utilização do olfato em exposições multimodais, com o objetivo de "criar uma impressão sensorial mais realista e envolvente" (Stevenson, 2014, p.152). A incorporação de odores nas mostras apresenta diversos benefícios, uma vez que estes "podem servir como poderosos gatilhos de memória", evocando lembranças da infância (Stevenson, 2014, p.152). Adicionalmente, o odor pode gerar uma sensação de ligação com aquilo que está a ser experienciado, provocando "emoções poderosas" no indivíduo que o percebe. Essas emoções até podem ser negativas, mas tal não implica que sejam indesejáveis; pelo contrário, até podem ser adequadas e contribuir para a compreensão global da exposição. Por exemplo, o medo ou o nojo, quando evocados no contexto da Primeira Guerra Mundial, podem enriquecer a experiência e transmitir com mais eficácia a natureza intensa desse acontecimento. Por fim, os odores possuem a capacidade de influenciar o humor e o nível de excitação, sem que o indivíduo perceba que tais efeitos resultam da percepção olfativa (Stevenson, 2014, p.152).

Entre os exemplos de exposições que implementam o olfato destacam-se o *Creation Museum*, nos Estados Unidos, que apresenta a exposição *Noah's Ark Construction Site*, com aroma de madeira recentemente cortada; o *Dresden Military History Museum*, que recria uma trincheira através de odores como carne em decomposição, sujidade, suor e pólvora; o *Natural History Museum*, situado em Inglaterra, onde é possível sentir o cheiro do hálito de um dinossauro T-Rex; e a Tower of London, também em Inglaterra, na qual são exibidos objetos impregnados com odores medievais (Stevenson, 2014, p.153). No Museu de Londres, caixas contendo odores associados a diferentes períodos históricos: do período Medieval, lavanda e cravinho, pois acreditava-se que tais aromas protegiam contra pragas; dos Descobrimentos, especiarias; da Revolução Industrial, fumo e carvão (Mesquita & Carneiro, 2016, p.384).

O toque é o recurso mais frequentemente explorado pelos museus como estratégia de acessibilidade destinada a pessoas cegas ou com baixa visão. Contudo, o olfato tem também sido implementado enquanto recurso complementar, contribuindo, assim, para o enriquecimento da experiência destes públicos (Handa et al., 2010), designadamente através de visitas guiadas especificamente desenhadas (Stevenson, 2014, p.160).

Diversos estudos demonstram que a perda de um sentido pode ser compensada por outros. Pesquisas realizadas por investigadores como Cuevas et al. (2010) e Grossman e Kaitz (2000) apresentam dados que apontam para essa premissa. Stevenson (2014) refere que outros estudos confirmam que as capacidades olfativas das pessoas cegas, sobretudo daquelas que o são desde o nascimento, tendem a superar as de pessoas

normovisuais, sobretudo no que respeita à capacidade de identificar e nomear odores (p.160). O estudo desenvolvido por Koutsoklenis e Papadopoulos (2011) demonstra que as pessoas cegas podem recorrer ao olfato como um indício para a sua orientação em ambientes desconhecidos. No entanto, de acordo com Sorokowska et al. (2019) verifica-se um "padrão misto de descobertas" (p.1596). Alguns estudos indicam que as pessoas cegas não apresentam uma capacidade superior de deteção e caracterização de odores quando comparadas com pessoas normovisuais. Deste modo, ainda que certos estudos apontem para a existência de "capacidades olfativas supranormais", outras pesquisas sugerem que, de um modo geral, as pessoas cegas não possuem capacidades olfativas superiores (Sorokowska et al., 2019, p.1608). Ainda assim, Stevenson (2014) defende que a aromatização de certos pontos/espacos pode ajudar na orientação dos visitantes cegos, dado que são suscetíveis de perceber esses sinais olfativos. Portanto, segundo Stevenson (2014), o olfato pode enriquecer a experiência dos visitantes cegos no espaço museológico (pp.159-161).

Implementar odores em exposições apresenta desafios. As designadas "nuvens de odor" não podem ser delimitadas espacialmente e quando coexistem diversas fontes de odor numa mesma sala, "os odores sobrepõem-se e a fundem-se" (Keller, 2014, p.168). As "nuvens de odor também estão em constante movimento e não podem ser vinculadas a um ponto específico no espaço"¹³ (Keller, 2014, p.168).

Embora os museus constituam espaços onde a alimentação e o sabor se encontram presentes - quer através das obras de arte que os representam, quer nos restaurantes existentes no próprio espaço -, "a comida, por si só, enquanto objeto a ser saboreado criticamente, raramente é considerada uma ferramenta pedagógica formal" (Mihalache, 2014, p.202). Todavia, a "educação através dos alimentos e o envolvimento crítico com o sentido do paladar" poderão não só diversificar as práticas comunicativas nos museus, bem como "acentuar a natureza participativa da experiência museológica" (Mihalache, 2014, p.97). A mesma autora defende, no entanto, que alguns museus reconhecem o potencial da comida e do paladar como instrumentos para aprofundar o conhecimento histórico e promover a educação dos públicos que os visitam, destacando-se, entre eles, o Museu Nacional de História Americana em Washington, D.C., e o Fort York National Historic Site, em Toronto. Esta perspetiva é corroborada por Martins (2020), ao sublinhar que tanto o paladar como o olfato desempenham um papel importante na consolidação de memórias e na produção de conhecimento (p.114).

¹³ Para uma análise mais aprofundada dos desafios identificados e das estratégias passíveis de serem implementadas para os mitigar, pode ser consultado Keller (2014, p.168).

Capítulo 2. As Relações Públicas

2.1 Definição

Uma breve análise da história das Relações Públicas (RP) modernas revela uma variedade de definições, metáforas e abordagens para descrever o campo e explicar as principais funções de um profissional de RP. Esta diversidade é, em parte, atribuída ao facto de as RP serem um campo relativamente recente, quer no domínio profissional como no académico (Broom, 2009; Grunig, 1992; Hutton, 1999; L'Etang, 1996). Além disso, conforme enunciado por Broom (2009) as "mudanças no conceito e na prática das relações públicas refletem os papéis em evolução das organizações na sociedade, o crescente interesse em aplicar as descobertas das ciências sociais e a interminável marcha das mudanças sociais e culturais" (p.22).

O pioneiro das RP - Ivy Lee -, embora incerto quanto à designação da sua profissão, reconhecia que a honestidade, a compreensão e o compromisso constituíam princípios cruciais que orientavam a sua prática profissional. Estes princípios permitiam assegurar "um ajuste adequado das inter-relações" entre os públicos e as organizações. Lee via-se como um "novo tipo de advogado", ao atuar como representante do seu cliente perante o tribunal da opinião pública (Hiebert, 1966, p.11; Hutton, 1999, p.200).

Curiosamente, a definição proposta por Edward Bernays (1955) incorpora também a noção de "ajuste": "Relações públicas é a tentativa, através da informação, persuasão e ajuste, de obter apoio público para uma atividade, causa, movimento ou instituição" (pp.3-4).

Numa pesquisa conduzida por Harlow (1976), foram encontradas 472 definições de RP, elaboradas entre 1900 e 1976 (Sebastião, 2012, p.25). Estas definições resultaram da análise de livros, jornais, revistas científicas e do inquérito a 83 profissionais de RP (Grunig & Hunt, 1984, pp.6-7). Assim, de acordo com Harlow (1976), citado por Grunig e Hunt (1984), as RP "são uma função de gestão distinta, que ajudam a estabelecer e a manter linhas mútuas de comunicação, entendimento, aceitação e cooperação entre a organização e os seus públicos". As RP implicam "a gestão de problemas ou assuntos"; auxiliam "a gestão a manter-se informada" acerca da opinião pública e preparada para responder de forma adequada; definem e enfatizam "a responsabilidade da gestão em servir o interesse público"; permitem acompanhar e interpretar as mudanças, utilizando-as de forma eficaz, "funcionando como um sistema de alerta precoce para antecipar tendências"; recorrem ao estudo e às técnicas de comunicação ética como instrumentos fundamentais (pp.6-7).

A definição proposta por Harlow (1976) inclui o propósito, os processos e as tarefas de um profissional de RP, evidenciando a sua importância no contexto organizacional. Apesar de abrangente, trata-se de uma definição extensa, o que levou outros teóricos a procurar simplificar o conceito (Tench & Yeomans, 2009, p.5). Os autores Grunig e Hunt (1984) propuseram uma definição mais concisa: "a gestão da comunicação entre uma organização e os seus públicos" (p.4). Já Kitchen (1997), citado por Tench e Yeomans (2009) descreve as RP como o processo de comunicar com vários públicos, referindo, porém, que as RP desempenham uma função de gestão e um papel estratégico no seio das organizações (p.5).

No ano de 1982, a Public Relations Society of America (PRSA) adotou uma definição de RP ainda mais complexa do que a proposta por Harlow (1976), procurando fornecer aos seus membros uma conceção do campo que destacasse as contribuições das RP para a sociedade (Broom, 2009, p.24). Segundo a perspetiva dos líderes da PRSA, as RP contribuem para que a sociedade alcance decisões mais informadas e funcione de forma mais eficaz, promovendo a compreensão mútua entre públicos e organizações. As RP apoiam uma ampla diversidade de organizações, abrangendo entidades do setor privado, organismos governamentais, associações, fundações, hospitais, instituições de ensino públicas e privadas, bem como instituições religiosas, entre outras. Estas devem procurar estabelecer relacionamentos eficazes com os seus diversos públicos, incluindo colaboradores, clientes, fornecedores, comunidades locais, acionistas e a sociedade em geral (Broom & Sha, 2013, p.29).

Por outro lado, White e Mazur (1996) propõem uma definição de RP centrada no seu objetivo principal: "influenciar o comportamento de grupos de pessoas em relação uns aos outros", enfatizando que "a influência deve ser exercida através do diálogo — e não do monólogo — com todos os diferentes públicos corporativos", conferindo às RP o estatuto de "função respeitada por direito próprio", atuando como "recurso estratégico" e contribuindo para a implementação da "estratégia organizacional" (p.12). Os autores referem, ainda, que "relações públicas" é um "termo guarda-chuva", indicando que um profissional de RP pode atuar em diversas áreas, incluindo comunicação corporativa, divulgação de produto, relação com os investidores, comunicação financeira, *lobbying*, assuntos públicos, relação com os média, *community affairs*, gestão de crises, gestão de eventos e de patrocínios e um conjunto de serviços que alimentam todos estes (White & Mazur, 1996, p.12).

Deste modo, as RP podem ser definidas como uma função de gestão destinada a estabelecer e manter relacionamentos mutuamente benéficos entre uma organização e

os públicos de que depende para o seu sucesso ou fracasso (Broom, 2009, p.25; Broom & Sha, 2013, p.29; Cutlip et al., 2006, p.5).

Broom (2009) conclui que as diferentes definições evidenciam que as RP procuram implementar programas planeados e sustentados como parte da gestão organizacional; gerem os relacionamentos entre a organização e os públicos de interesse; monitorizam a consciência, as opiniões e as atitudes, bem como o comportamento tanto dentro como fora da organização; avaliam o impacto de políticas, procedimentos e ações que possam entrar em conflito com o interesse público e a sobrevivência organizacional; aconselham a administração no desenvolvimento de novas políticas e procedimentos que beneficiem a organização e os seus públicos; e promovem e mantêm a comunicação bidirecional entre a organização e os seus públicos (p.24).

2.2 Princípios básicos

De acordo com French e Runyard (1999, 2011) existem alguns princípios que devem nortear a prática dos profissionais de RP. Em primeiro, as RP são parte integral de toda organização, o que implica que o trabalho dos profissionais de RP é fundamental para o funcionamento organizacional. Consequentemente, o responsável pelo departamento deve participar no processo de tomada de decisões administrativas, gerir a comunicação da organização com os meios de comunicação social e colaborar com os colaboradores de outros departamentos (French & Runyard, 1999, pp.148-149). Por outro lado, importa reconhecer que todos os colaboradores "contribuem para as relações públicas", dado que a reputação e os vínculos da organização com os seus públicos são moldados por vários níveis de interação. Assim, o sucesso organizacional não depende apenas da equipa de RP, mas de todos os colaboradores. Deste modo, é crucial que a equipa de RP clarifique esta dinâmica e, através de uma comunicação e formação eficazes, assegure que todos os colaboradores transmitam mensagens coerentes, em consonância com o propósito e a missão da organização. No contexto dos museus e de outras instituições culturais, a equipa da receção dos visitantes desempenha um papel nas RP. A forma como os visitantes são recebidos, atendidos e encaminhados influencia diretamente a reputação da organização. Assim, o departamento de RP deve assegurar que essa equipa recebe formação, de modo que esta aplique técnicas de comunicação eficazes e desempenhe adequadamente o seu papel (French & Runyard, 2011, p.18).

O segundo princípio está relacionado com a "verdade e honestidade". As atividades e mensagens, quer escritas, quer orais, veiculadas pelas RP devem refletir com precisão a missão e os valores da organização, bem como "o que oferece ao público" (French & Runyard, 2011, p.19).

Outro princípio fundamental é a "consistência". Somente as atividades sustentadas ao longo do tempo tendem a prosperar e a ser eficazes. Considerando que os meios de comunicação estão saturados com uma vasta quantidade de informações, e que apenas uma pequena parcela dessas mensagens é de facto absorvida, a repetição contínua de uma mensagem permite, eventualmente, alcançar o público (French & Runyard, 2011, p.20).

O quarto princípio refere-se à "criatividade". Segundo French e Runyard (2011, p.20), o pensamento criativo é uma competência essencial para o profissional de RP. Quando se trata de museus, é importante envolver o profissional de RP no desenvolvimento de novos produtos, no planeamento de exposições, atividades educativas, eventos e outras iniciativas. De acordo com French e Runyard (2011) as novas ideias devem ser testadas em função dos objetivos da organização e das estratégias de marketing e de RP, não devendo ser implementadas com base em suposições (p.21).

O "tempo certo para agir" é um dos princípios mais relevantes para os profissionais de RP. Isto envolve a capacidade de selecionar o momento oportuno para a realização de eventos, o lançamento de novos produtos ou serviços, e o cumprimento rigoroso dos prazos estabelecidos para cada etapa do plano de RP. Nos museus, é essencial iniciar a promoção de uma grande mostra ou do lançamento de uma nova atração com a maior antecedência possível. Este princípio implica, ainda, monitorizar as iniciativas de outros espaços culturais e acompanhar de forma atenta a cobertura mediática, seja em jornais impressos ou digitais, programas de televisão, rádio ou outros meios (French & Runyard, 1999, p.151; French & Runyard, 2011, p.22).

O sexto princípio está associado ao conceito de "profissionalismo". As RP possuem um código de conduta que deve ser observado por todos os profissionais da área. Esse código estabelece um conjunto de normas, entre as quais se destacam: a condução das atividades profissionais com a devida consideração do interesse público; o compromisso com a verdade; a declaração de eventuais conflitos de interesse; o reconhecimento e o respeito pelos códigos de conduta de outras profissões; o cumprimento das disposições estatutárias ou regulamentares; a salvaguarda da confidencialidade no exercício da sua atividade profissional; não exercer influência sobre os meios de comunicação social ou outros; e abster-se de discriminar com base em fatores como idade, deficiência, género, etnia ou religião (French & Runyard, 1999, p.152).

2.3 O processo para criar uma estratégia de RP

Cutlip et al. (2006) estruturaram o processo de comunicação estratégica das RP em quatro etapas fundamentais: diagnóstico, planeamento, implementação e avaliação (p. 282). A primeira etapa corresponde à definição do problema ou da oportunidade, a qual implica a sondagem e monitorização sistemática do "conhecimento", das "opiniões", dos "comportamentos" de todos os grupos envolvidos e "afetados pelas ações e políticas de uma organização" (Cutlip et al., 2006, p.282). Esta etapa deve começar com uma análise dos fatores internos, isto é, uma "avaliação das estruturas e dos processos das unidades organizacionais relevantes para o problema", bem como uma revisão "das perceções e ações dos principais" intervenientes na organização (Cutlip et al., 2006, p.288). Nesta etapa, inclui-se também a realização de uma "auditoria de comunicação" (Cutlip et al., 2006, p.288; French & Runyard, 1999, p.155; French & Runyard, 2011, p.56). Concluída a análise dos fatores internos, torna-se pertinente proceder à identificação/avaliação dos fatores externos. Nesta etapa, importa identificar os grupos afetados pela organização, compreendendo o nível de conhecimento que possuem relativamente ao problema, bem como as suas atitudes e perceções face a este, incluindo as ações já implementadas ou planeadas com vista à sua resolução (Cutlip et al., 2006, p.289).

A segunda etapa do processo refere-se ao planeamento. Portanto, os profissionais de RP devem elaborar uma estratégia destinada a combater o problema ou a aproveitar a oportunidade encontrada. De forma geral, esta fase compreende 8 passos: 1º., definir papéis e missões - determinar a natureza do trabalho a realizar; 2º., determinar "áreas-chave" para alocação de recursos; 3º., definir e especificar indicadores de eficácia; 4º., estabelecer objetivos com base nos resultados desejados; 5º., elaborar planos de ação; 6º., estabelecer mecanismos de monitorização; 7º., implementar ações de comunicação para alcançar a compreensão e o compromisso organizacional relativamente aos seis passos anteriores; 8º., concretizar a estratégia, definindo da abordagem mais adequada, identificando os principais intervenientes, estruturando as etapas de ação e garantindo o envolvimento de todos os elementos-chave (Cutlip et al., 2006, p.312).

A terceira etapa corresponde à implementação. Neste contexto, Cutlip et al. (2006, pp.344-345) salientam que é essencial que os profissionais de RP considerem os sete C's da comunicação: confiança e credibilidade. A confiança é construída através de um compromisso genuíno em servir os públicos; contexto. Um programa de comunicação deve ser concebido tendo em consideração as particularidades do ambiente em que se desenvolve; conteúdo. A mensagem deve ser pertinente para os destinatários; clareza; continuidade e consistência. A mensagem deve ser repetida de forma a garantir a sua penetração, sendo fundamental que a mesma se mantenha coerente e consistente ao

longo do tempo; canais. Devem ser selecionados canais de comunicação consolidados e reconhecidos pelos públicos-alvo; capacidade dos públicos. O profissional de RP deve procurar conhecer as características e necessidades dos vários públicos. Mensagens formuladas de forma clara e de fácil compreensão são mais acessíveis e eficazes (Cutlip et al., 2006, pp.357-358).

A avaliação é a etapa final do processo de comunicação das RP. Diversos autores referem que há diferentes níveis de avaliação aos programas, nomeadamente ao nível da preparação, da implementação e do impacto. A avaliação da preparação incide sobre a qualidade e a adequação das informações utilizadas no desenvolvimento da estratégia e das táticas de comunicação. Por sua vez, a avaliação da implementação centra-se na monitorização do processo de execução do programa. Por fim, a avaliação do impacto documenta os resultados obtidos com o programa, fornecendo feedback acerca do grau em que os objetivos foram alcançados (Broom, 2009, pp.375-376; Broom & Sha, 2013, pp.343-344; Cutlip et al., 2006, p.368).

Importa referir que este modelo de quatro etapas não se aplica apenas a empresas ou organizações, podendo também ser adaptado quer aos museus enquanto entidades, quer aos seus produtos ou serviços culturais (Capriotti, 2013a, p.104).

2.4 A comunicação e as RP nos museus

Segundo Broom (2009, pp.460-462) nas organizações sem fins lucrativos, como é o caso dos museus, as RP desempenham a função de definir e reforçar a identidade dos mesmos, estabelecendo uma 'marca' reconhecível e respeitada. As RP procuram, ainda, obter aceitação e apoio para a missão da organização, protegendo a sua reputação. As RP desempenham, adicionalmente, um papel na seleção dos canais de comunicação, uma vez que estes devem ser eficazes junto dos diferentes públicos-alvo, promovendo, entre outros aspetos, um ambiente favorável à angariação de fundos. O profissional de RP deve informar e motivar os principais *stakeholders* internos: funcionários, voluntários e curadores. Manter estes intervenientes informados é indispensável para assegurar o seu apoio à missão, às metas e aos objetivos da organização. Importa referir que, nos últimos anos, a crescente competição por recursos limitados tem conduzido a mudanças na prática profissional das RP nesta tipologia de organizações. A integração das RP com o marketing e a gestão por objetivos revelou-se fundamental para a construção de uma estratégia de comunicação eficaz (Broom, 2009, pp.460-462).

Hooper-Greenhill (2000) sugere que os museus devem atuar como "comunicadores" (p.12) adotando "estratégias relacionais consistentes com os seus públicos" (Capriotti, 2013, p.101). A comunicação estratégica, segundo Jackson (1987), citado por Capriotti

(2010, 2013a) é a gestão "integrada, sinérgica, coerente e consistente" da comunicação interna e externa de uma organização, com o objetivo de "melhorar a sua reputação e a gerir as suas relações a longo prazo com os seus públicos" (p.209, p.102). Como refere McLean (1997), citado por Capriotti (2013a, p.101), a comunicação estratégica constitui "uma parte relevante da gestão global diária de um museu". A comunicação estratégica desempenha um papel no desenvolvimento da missão e dos objetivos organizacionais dos museus, designadamente: ao disseminar o património cultural dos museus; gerir a comunicação e as relações entre estes e os seus diferentes públicos; ajudar os museus a diferenciar-se de outros atores no setor do lazer e da cultura; e moldar as atitudes dos públicos de modo a reforçar a sua reputação. Ao adotar uma abordagem estratégica de comunicação e de RP, os museus podem estabelecer relações duradouras com os seus públicos (Capriotti & Kuklinski, 2012). Todavia, o sucesso da comunicação estratégica pode ser condicionado por um estereótipo presente em diversas sociedades: o de que os museus são organizações fechadas e elitistas (Capriotti, 2013a, p.101).

Segundo Abreu (2013) a comunicação de uma organização com os seus diferentes públicos realiza-se através de vários canais, incluindo suportes impressos (Abreu, 2013; Cole, 2008), eventos especiais, relações com os meios de comunicação social (French & Runyard, 2011; Runyard & French, 1999) e no digital (Capriotti, 2013a; Capriotti, 2013b; Capriotti & Kuklinski, 2012).

2.5 Os diferentes meios e ferramentas de comunicação que podem ser utilizados pelas RP nos museus

2.5.1 Meios impressos

Nas instalações dos museus, é comum encontrar materiais promocionais impressos, tais como cartazes, folhetos ou brochuras, contendo informações sobre a programação do museu (Abreu, 2013, p.62). Estes recursos apresentam um baixo custo de produção e permitem alcançar de forma eficaz a comunidade local (Cole, 2008, p.182). Contudo, embora desempenhem um papel importante na fidelização do público, o seu alcance é pequeno, dado que os materiais se encontram disponíveis apenas durante o período de divulgação do programa (Abreu, 2013, p.62).

Os folhetos são importantes para as escolas e para os meios de comunicação social, uma vez que contribuem para divulgar e sensibilizar sobre as atividades, programas e eventos desenvolvidos pelos museus (Cole, 2008, p.184). Para além dos folhetos, uma ferramenta valiosa para as escolas são os "*user kits*", que incluem vários recursos, como planos de aula, propostas de atividades, pósteres, materiais para os alunos e fichas de avaliação (Smith, 2002, p.170)

Além de cartazes, folhetos ou brochuras, os museus recorrem a outros materiais de apoio às exposições. Estes materiais permitem que a ação do museu se prolongue para além do seu espaço físico e do tempo da visita, dado que os visitantes podem levá-los consigo. Entre estes, destacam-se os textos simples fotocopiados com uma visão geral do museu, guias em vários idiomas, catálogos de exposições e estudos científicos. Tais recursos contribuem para enriquecer a experiência do visitante (Abreu, 2013, p.70).

2.5.2 Eventos

A organização de eventos é considerada "uma técnica genuína" das RP (Xifra, 2007, p.179) sendo uma das mais adotadas pelos museus, conforme evidenciado por Capriotti (2013) num estudo envolvendo 425 museus da Catalunha.

Um evento, ou "acontecimento especial de relações públicas", é definido como "toda a iniciativa, [...] realizada por uma pessoa, grupo ou organização [...] cuja finalidade é estabelecer uma relação com os seus públicos [...] para consolidar, melhorar ou criar a perceção pública do promotor do evento" (Xifra, 2007, p.179).

Os eventos são uma estratégia de RP crucial para os museus. Conforme assinalam as autoras French e Runyard (2011) "nada supera" a comunicação com os públicos-alvo "em termos de impacto, e nada pode comunicar os valores da [...] marca de forma mais eficaz do que um evento bem organizado nas [...] próprias instalações [do museu] [...]" (pp.175-176). Deste modo, é fundamental que os eventos sejam planeados com base em objetivos claros, organizados de forma rigorosa e executados com elevado padrão de qualidade (Xifra, 2007, pp.175-176)

Um evento num museu pode enquadrar-se em diferentes categorias, cada uma com objetivos específicos, a saber: assegurar financiamento contínuo e estável; atrair novos patrocinadores; "preparar terreno" para a candidatura a um prémio; gerar cobertura na comunicação social de modo a aumentar a visibilidade do museu; aproveitar a presença da imprensa para promover novas exposições e captar novo público; despertar interesse obtendo apoio financeiro para o desenvolvimento de atividades e programas educativos; para reforçar o seu estatuto científico, pode organizar seminários, workshops, palestras, demonstrações de conservação e visitas "por detrás das cenas"; estimular o interesse pelo setor cultural como parte da sua estratégia de turismo cultural; e utilizar eventos para a apresentação de novos projetos (French & Runyard, 2011, p.176).

Num estudo conduzido por Johnson (2020) foram analisados mais de 200 websites de museus, complementando-se esta análise com entrevistas realizadas a profissionais desses museus. O estudo revelou que estes espaços promovem uma ampla variedade de eventos, que vão desde atividades educativas e de entretenimento até iniciativas de

angariação de fundos. Os colaboradores entrevistados destacaram diversas categorias específicas de eventos: eventos associados a feriados nacionais e/ou culturais; eventos gastronómicos como jantares formais e informais, festivais de comida e degustações de bebidas alcoólicas; apresentações artísticas, incluindo performances de dança, música, teatro e espetáculos de marionetas; exposições cinematográficas com sessões únicas ou séries temáticas de filmes; palestras e encontros com especialistas e autores de livros; leilões, frequentemente acompanhados por jantares de angariação de fundos; por fim, inaugurações de novas exposições que, de acordo com o estudo, constituem o tipo de evento mais comum realizado pelos museus analisados. Alguns dos museus estudados participavam ainda em atividades comunitárias em parceria com governos locais ou outras organizações. Entre os exemplos referidos, destacam-se os festivais de música, desfiles ou eventos de dança. Os colaboradores entrevistados referiram que os próprios museus já haviam organizado eventos que coincidiram com iniciativas promovidas na cidade, estabelecendo, para tal, parcerias com a comunidade local. Acresce referir que alguns museus também planearam eventos destinados a apoiar determinadas causas (pp.151-153)

2.5.3 Meios de comunicação social

Para os profissionais de RP, os meios de comunicação social são essenciais, sendo a manutenção das relações com a imprensa a sua principal responsabilidade. Em certas organizações, o tempo dedicado à manutenção desta relação supera aquele destinado a outras atividades de comunicação (Theaker, 2001, p.121; Xifra, 2007, pp.69-70).

Um relacionamento contínuo com os meios de comunicação social pode contribuir para a concretização de objetivos estratégicos de longo prazo: aprimorar a imagem da organização ou da sua marca; aumentar o reconhecimento e a qualidade da cobertura mediática; influenciar as atitudes do público-alvo; fortalecer os laços com a comunidade; aumentar a participação de mercado; influenciar políticas governamentais, a nível local, nacional e internacional; melhorar a relação de comunicação com os investidores e seus assessores; e consolidar as relações no setor industrial (Bland et al., 2000, p.60; Theaker, 2001, p.122).

Num cenário caracterizado por uma abundância de fontes de informação e elevada competição entre os meios de comunicação, os profissionais de RP devem adotar uma abordagem personalizada para cada veículo e jornalista. Tal abordagem implica analisar os temas de interesse e as preocupações de cada meio e jornalista, assim como os dos públicos, para depois identificar um ângulo pertinente a explorar numa peça jornalística (Xifra, 2007, pp.75-76).

A relação entre os profissionais de RP e os jornalistas dos domínios empresarial e político, tende a ser tensa, refletindo a natureza (por vezes) conflituosa desses setores. Contudo, no setor cultural, o ambiente revela-se, em geral, mais recetivo e colaborativo, sendo as organizações culturais, como os museus, frequentemente acolhidas de forma "amigável" pelos jornalistas (French & Runyard, 2011, p.156). Para colher os benefícios desta relação, os museus podem recorrer a uma diversidade de táticas de comunicação. Entre estas incluem-se os eventos, podendo assumir a forma de viagens de imprensa, visitas privadas e conferências de imprensa, entre outras; oportunidades fotográficas e videográficas. O museu deve registar os momentos em que um objeto é movido ou uma nova exposição é inaugurada. Os meios de comunicação atribuem elevado valor a estes materiais; entrevistas e presenças mediáticas. O *media training* é recomendável para diretores, presidentes, e colaboradores, entre outros; assessoria de imprensa eletrónica. Muitos espaços culturais, como os museus, recorrem a listas de correio eletrónico para gerir os seus contactos com os meios de comunicação. Paralelamente, é frequente que os websites destes espaços disponibilizem centros de imprensa virtuais; *Hot lists*. Trata-se de listas com contactos de emergência utilizadas por assessores de imprensa para responder rapidamente em situações de crise; comunicado de imprensa. Este deve ser conciso, seguindo a estrutura de uma notícia, contendo informações que respondam às perguntas: o quê?, quando?, onde? e quem?; kit de imprensa. Deve incluir um cartão de visita, um comunicado de imprensa, fotografias, informações sobre novas exposições e programas educativos, bem como as biografias de pessoas envolvidas na criação desses projetos (French & Runyard, 1999; 2011, pp.164-168).

2.5.4 Ferramentas de comunicação digital

O surgimento e a consolidação da web 2.0 durante a primeira década do século XXI, alteraram profundamente as relações de comunicação entre as organizações e os seus públicos (Capriotti et al., 2015, p.98; Fernandez-Lores et al., 2022, p.121). Esta evolução tecnológica facilitou a interação e participação, tornando a comunicação mais simétrica, tanto em termos de "poder" como de "influência mútua" (Capriotti et al., 2015, p.98). Tal desenvolvimento marcou o início de uma abordagem dialógica da comunicação (Guillory & Sundar, 2014; Ingenhoff & Koelling, 2009; Kent & Taylor, 1998).

Kent e Taylor (1998, p.325) defendem que a comunicação dialógica é "qualquer troca negociada de ideias e opiniões". Esta forma de comunicação assenta em dois princípios: primeiro, os participantes do diálogo podem não concordar entre si. Podem, no entanto, procurar encontrar posições mutuamente satisfatórias. Mesmo que não se alcance um consenso, o intuito do diálogo não é apenas alcançar um acordo, mas permitir-se entrar numa discussão aberta e negociada; segundo, a comunicação dialógica é intersubjetiva,

e não objetiva ou subjetiva (Kent & Taylor, 1998, p.325). Os mesmos autores defendem que este é "um processo especialmente ético" no campo das RP (p.325). Em termos práticos, a comunicação dialógica pode ser definida como "uma interação contínua entre as organizações e os seus públicos através das ferramentas da Internet, que permitem a troca permanente de informações, comentários, opiniões, avaliações e experiências" (Capriotti & Pardo Kuklinski, 2012, p.620).

A comunicação dialógica é considerada uma "expectativa básica e essencial" para as organizações, e os museus não são exceção (Capriotti & Kuklinski, 2012, p.620). De facto, nos últimos anos, os museus começaram a desenvolver a sua presença online, a fim de "aumentar e melhorar a interação dos visitantes com as suas coleções virtuais e físicas" (Lopatovska, 2015, p.191).

Os websites assumem um papel fundamental na atração de visitantes, tanto para o espaço físico quanto para o virtual (Kabassi, 2019, p.544). As pessoas esperam que os websites dos espaços museológicos facilitem e promovam a aprendizagem, bem como sejam funcionais, facilmente navegáveis e visualmente apelativos (Lopatovska, 2015, p. 191). Como destaca Villaespesa (2018), citado por Fernandez-Lores et al. (2022) o principal motivo para aceder ao website de um museu é preparar a visita ao seu espaço físico (p.122).

As redes sociais¹⁴ constituem igualmente uma "poderosíssima ferramenta de difusão de informação" para os espaços museológicos, dado que o conteúdo partilhado nessas plataformas digitais pode tornar-se viral, permitindo alcançar um público vasto com um "investimento de recursos reduzido" (Abreu, 2013, p.61).

A utilização das redes sociais pelos museus assenta em dois princípios. Em primeiro lugar, a partilha de conteúdo acerca das coleções, mostras e programas educativos. Em segundo lugar, a gestão e a manutenção do diálogo e da interação com os seus públicos (Capriotti & Losada-Díaz, 2018, p.643; Fernandez-Lores et al., 2022, p.123). Estes dois princípios, conforme salientam Fernandez-Lores et al. (2022), "têm favorecido o rápido desenvolvimento e implementação destas plataformas" nos espaços culturais (p.123).

Claes e Deltell (2019), citados por Fernandez-Lores et al. (2022), parecem concordar com os autores supracitados, dizendo que as redes sociais constituem "uma ferramenta

¹⁴ As redes sociais, conforme definido por Kaplan e Haenlein (2010), são um conjunto de plataformas online fundamentadas nos princípios da web 2.0, que permitem aos usuários criar e partilhar conteúdo (p.61). As redes sociais possibilitam uma comunicação mais personalizada e interativa, onde os utilizadores podem colaborar na criação, personalização e distribuição de conteúdo, promovendo uma comunicação multidirecional e mais envolvente (Baker, 2016, pp.144-145).

de comunicação que os museus podem utilizar para se relacionar com os seus públicos, recolher os seus comentários, conhecê-los pessoalmente e estabelecer relações futuras para compreender as suas preferências" (p.123).

Para além dos dois princípios anteriormente mencionados, Zingone (2019) identifica mais dois. O primeiro associa-se ao aumento da *brand awareness*. Ou seja, ao grau de conhecimento e reconhecimento da marca pelos diversos públicos. O segundo consiste na construção, manutenção e retenção de uma comunidade de seguidores. Assim como ocorre nas empresas com os seus clientes, o museu também procura envolver os seus seguidores de modo a promover ações de fidelização, fomentando o sentido de pertença (p.56).

O Facebook destaca-se como a rede social mais utilizada a nível global (Fernandez-Lores et al., 2022, p.123) sendo também a mais utilizada pelos museus (Claes & Deltell, 2019, p.6). Os resultados obtidos com o estudo conduzido por Capriotti e Losada-Díaz (2018) evidenciam que, de forma geral, os 100 principais museus do mundo não têm explorado integralmente as potencialidades oferecidas pelo Facebook. Verificou-se que o nível de atividade dos museus nesta plataforma é bastante reduzido, dado que 70% destes partilham menos de duas publicações por semana. Os recursos mais utilizados pelos museus no Facebook são os gráficos - combinando texto e imagem – e os links. Embora os recursos audiovisuais também sejam explorados, a sua aplicação é menos frequente. Tal como acontece nos websites, os museus tendem a privilegiar os recursos unidirecionais para a apresentação da informação. Este estudo demonstrou igualmente que, embora os seguidores partilhem e comentem os conteúdos publicados, verifica-se que os museus não promovem participação e o diálogo. Ou seja, não interagem com os comentários (pp.647-648). O estudo conclui ainda que as estratégias que incentivam a participação e promovem o diálogo se revelam particularmente eficazes.

O Twitter, atualmente designado por X, destaca-se como a segunda plataforma mais relevante para os museus (Fernandez-Lores et al., 2022, p.123). Tal relevância deve-se ao facto de esta rede social proporcionar uma ligação eficaz com um grupo demográfico específico: pessoas na faixa etária dos 18 aos 29 anos, que tipicamente não frequentam museus (Baker, 2016, p.13). Assim, através desta plataforma, os museus conseguem alcançar novos públicos (Kydrós & Vrana, 2021, p.2).

O Instagram é uma das redes sociais que tem registado maior crescimento no setor museológico (Claes & Deltell, 2019, p.6), destacando-se pela sua popularidade entre o

público jovem (Amanatidis et al., 2020, p.39) sobretudo os *Millennials*¹⁵ (Zingone, 2019, p.57). Devido à sua natureza "puramente visual", o Instagram tornou-se uma plataforma eficaz para a comunicação dos museus (Zingone, 2019, p.56). O mesmo autor acrescenta que que as imagens publicadas através desta rede permitem construir uma "narrativa visual" baseada em elementos concretos, enquanto transmitem valores abstratos com os quais o público pode identificar-se. O Instagram contribui para o processo de humanização, permitindo que um museu partilhe com a sua audiência os rostos e as atividades diárias dos profissionais que trabalham para assegurar a eficácia dos serviços prestados pelos espaços museológicos (Zingone, 2019, p.56).

Os públicos dos museus no Instagram podem ser classificados em dois grupos: (1) os usuários profissionais e (2) os utilizadores não especializados. O primeiro grupo inclui profissionais do campo artístico, jornalistas e docentes, para os quais uma comunicação online estruturada pelos museus pode constituir uma oportunidade de aceder a material informativo, facilitando a investigação e os estudos. O segundo grupo é composto pelos "entusiastas", ou seja, aqueles que visitam os museus por interesse e prazer. Para este, a presença online do museu oferece uma oportunidade adicional de familiarização com o acervo museológico e as suas mostras (Zingone, 2019, p.57).

Os museus recorrem igualmente a outras redes sociais e plataformas, com destaque para o YouTube. Conforme referem os autores Belenioti e Vassiliadis (2017), "o YouTube é uma ferramenta muito dinâmica para a comunicação digital", uma vez que os canais criados pelos visitantes ou pelos próprios museus aumentam a visibilidade destes, das suas coleções e programas, promovendo simultaneamente a participação e a interação com os utilizadores (p.111). Outras redes e plataformas como o Flickr, Google+, Vimeo, Delicious, Pinterest, Issuu, LinkedIn e Foursquare, também são adotadas pelos museus, como evidenciado em diversos estudos (Badell, 2015; Fletcher & Lee, 2012; Padilla-Meléndez & Águila-Obra, 2013).

2.6 A inclusão social e as RP

Segundo Grunig (2023, p.94) tem-se escrito relativamente pouco sobre o papel das RP na promoção da inclusão social. Embora os conceitos de inclusão e exclusão social tenham emergido a partir de preocupações associadas à pobreza, como foi apresentado no Capítulo 1 do presente trabalho, o conceito de exclusão expandiu-se para abranger outras formas de marginalização. A exclusão pode, assim, resultar de fatores como raça,

¹⁵ O termo "Millennial" é utilizado para designar indivíduos nascidos entre 1981 e 1996 (Zelazko, 2025).

etnia, gênero, denominação religiosa, local de residência, deficiência, idade, VIH/SIDA, orientação sexual ou outros marcadores socialmente estigmatizados.

A questão que se coloca, então, é a seguinte: qual a relevância da inclusão para as RP? A resposta torna-se evidente na explicação do próprio Banco Mundial (2013), citado por Grunig (2023) à questão "Inclusão em quê?". De acordo com a instituição, a inclusão constitui um processo que deve ocorrer em três esferas: no acesso aos mercados (terra, habitação, trabalho e crédito), aos serviços básicos (saúde, educação, proteção social, transportes, informação, eletricidade e água) e aos espaços (políticos, sociais, culturais e físicos) (p.94).

Grunig (2023) considera que as RP podem desempenhar um papel na promoção da inclusão social, atendendo à importância central das organizações na estruturação dos três componentes da inclusão identificados pelo Banco Mundial (2013). Com efeito, as RP são, na maioria das situações, exercidas no seio das organizações, por estas ou em seu benefício.

Assim, segundo Grunig (2023), esta discussão acerca da natureza da inclusão social evidencia "a relevância do conceito para um vasto conjunto de organizações", incluindo empresas, entidades governamentais, entidades do foro político, organizações sem fins lucrativos, organismos de saúde, escolas, forças armadas, entre outras (p.94). O autor acrescenta que as organizações devem servir a sociedade, tanto a nível nacional como internacional, assim como os públicos que desta fazem parte. Compete-lhes, também, assegurar a participação de todos os públicos relevantes nos processos de tomada de decisão, não excluindo "alguns em detrimento de outros" (Grunig, 2023, p.94).

O Banco Mundial (2013), citado por Grunig (2023) sublinha que a inclusão deve ser compreendida como "um processo" e não como um "conjunto de resultados" (p.94). O primeiro passo neste processo consiste em consultar os públicos relevantes, recorrendo a tecnologias de informação e comunicação (Grunig, 2023, p.94). Neste mesmo âmbito, uma consulta, "compromete o fornecedor a ouvir [...] e a considerar cuidadosamente os comentários, ideias e recomendações dos beneficiários sobre o que os incomoda e o porquê" (p.237). A ideia de que a inclusão social é um processo, cujo primeiro passo é a consulta, sugere, portanto, que as RP num sentido amplo, podem ser entendidas como "um processo de inclusão social que serve os públicos, as organizações e a sociedade" (Grunig, 2023, pp.94-95).

Ao sugerir que as RP podem atuar como agentes de inclusão social, Grunig (2023) propõe também uma ampliação do conceito de inclusão, transcendendo a pobreza e os grupos estigmatizados, para abarcar qualquer público que, em determinado momento,

tenha sido socialmente excluído por uma organização ou pela sociedade como um todo. Como refere Labonte (2004) "o sucesso na inclusão de um grupo [pode] ocorrer à custa da exclusão de outro" (p.119). Desta forma, Grunig (2023) refere que os profissionais de RP devem consultar tanto os públicos incluídos como os excluídos antes de promover a inclusão de certos grupos, de modo a evitar a exclusão de públicos já integrados (p.96)

A partir do seu estudo desenvolvido na década de 1960, Grunig (2023) defende que as campanhas de comunicação tendem a revelar-se "quase sempre ineficazes" se não forem "precedidas de investigação destinada a compreender os problemas dos públicos a quem essas campanhas se destinam" (p.95). Contudo, o autor constatou que a maioria das organizações "comunicava com os públicos, mas não os escutava" (p.95), o que tornava as mensagens-chave disseminadas de reduzida utilidade para os públicos-alvo. Estas observações "confirmam a necessidade do trabalho em rede e da escuta ativa nos programas de inclusão" (Grunig, 2023, p.95). O mesmo autor sublinha ainda que é necessário "mudar as estruturas [...] da sociedade", bem como as instituições antes que os públicos excluídos "possam participar na sociedade ou ter voz nas decisões organizacionais que os afetam" (Grunig, 2023, p.95).

A comunicação eficaz ultrapassa a simples transmissão de mensagens, constituindo um processo de construção de relações, consolidação da confiança e envolvimento de públicos diversificados. As organizações que integram a inclusão social como princípio orientador das suas práticas comunicacionais encontram-se em posição mais favorável para assegurar o seu valor, reforçar a competitividade e estabelecer vínculos autênticos com os diferentes *stakeholders* (Latupeirissa et al., 2024, p.161).

A implementação de práticas de comunicação inclusiva no domínio das RP enfrenta diversos desafios. Para a construção de um ambiente comunicacional mais acessível e inclusivo, torna-se necessário, em primeiro lugar, reconhecer e ultrapassar as barreiras que condicionam esse processo (Latupeirissa et al., 2024, p.161).

Um dos obstáculos principais à concretização de uma comunicação inclusiva reside na permanência de preconceitos e de ideias pré-estabelecidas, que podem condicionar, ainda que de forma inadvertida, tanto a construção como a transmissão das mensagens-chave (Ngueajio & Washington, 2022, citado por Latupeirissa et al., 2024, p.163).

As recomendações apresentadas neste subcapítulo podem ser aplicadas a diversas formas de comunicação, oral e escrita, em matéria de deficiência. Incluem, entre outras, os discursos, apresentações, comunicados de imprensa, conteúdos para redes sociais, materiais de comunicação interna, assim como documentos formais e informais (Nações Unidas, s.d.).

A palavra "deficiente" não deve servir para rotular um grupo de indivíduos (Chartered Institute of Public Relations & Disability Confident, 2015, p.4). O termo mais adequado é "pessoa com deficiência", que coloca a pessoa em primeiro lugar, reconhecendo a sua humanidade e individualidade, em contraste com "pessoa deficiente", que coloca ênfase na condição em detrimento da pessoa (Nações Unidas, 2021, p.17; Nações Unidas, s.d.). Na prática, exemplos de expressões que seguem o princípio da linguagem centrada na pessoa, incluem "crianças com albinismo", "estudantes com dislexia" e "mulheres com deficiência intelectual" (Nações Unidas, s.d.). Por outro lado, indivíduos com deficiência auditiva, cuja primeira língua é a Língua Gestual, consideram-se parte da "comunidade surda" e podem identificar-se como "Surdos", com "S" maiúsculo, para enfatizar a sua identidade surda¹⁶ (Chartered Institute of Public Relations & Disability Confident, 2015, p.4). Assim, o termo "pessoa surda" é adequado e não ofensivo¹⁷ (Nações Unidas, 2021, p.17).

Deve-se evitar a utilização de rótulos médicos, uma vez que estes fornecem pouca informação sobre as pessoas enquanto indivíduos e tendem a reforçar estereótipos que associam pessoas com deficiência a "pacientes" ou "doentes". Diferentes autoridades recomendam evitar expressões como "sofre de", que implicam desconforto, dor ou uma sensação de desalento (Chartered Institute of Public Relations & Disability Confident, 2015, p.5), além de sugerirem que as pessoas com deficiência possuem uma qualidade de vida reduzida (Nações Unidas, s.d.).

Existem várias palavras e expressões de uso quotidiano que não são consideradas ofensivas para pessoas com deficiência. Perguntas como "vamos caminhar?", utilizadas no sentido de convidar uma pessoa que utiliza uma cadeira de rodas para um passeio, ou "já ouviste as notícias?", dirigidas a uma pessoa surda, são exemplos de abordagens aceitáveis e não ofensivas. Contudo, importa reconhecer que determinadas expressões idiomáticas, assim como metáforas podem ser consideradas inaceitáveis, devendo ser evitadas (Chartered Institute of Public Relations & Disability Confident, 2015, p.5; Nações Unidas, s.d.). Recomenda-se igualmente a não utilização de termos passivos ou conotados com piedade. Alternativamente, deve ser adotada uma linguagem

¹⁶ O termo "pessoas Surdas", com "S" maiúsculo, refere-se à comunidade Surda que comunica através da Língua Gestual, sendo esta considerada uma minoria linguística. Por outro lado, o uso de "pessoas surdas", com "s" minúsculo, refere-se à comunidade surda que não comunica através da Língua Gestual (Tiago, 2022).

¹⁷ Em situações de incerteza quanto aos termos mais apropriados a serem utilizados, é recomendável consultar diretamente a pessoa com deficiência para determinar as suas preferências de tratamento. Devido à variedade de perspetivas sobre este tema, pode ser difícil chegar a um consenso sobre a terminologia apropriada. Ainda assim, as recomendações aqui mencionadas baseiam-se na linguagem geralmente reconhecida e utilizada (United Nations, s.d.)

empoderadora, que reconheça as pessoas com deficiência como indivíduos ativos e dotados de autonomia sobre todas as áreas das suas vidas (Chartered Institute of Public Relations & Disability Confident, 2015, p.5).

As pessoas com deficiência são agentes de mudança e possuem conhecimentos e experiências únicas, que não são partilhados por outros indivíduos. Enquanto população diversa e heterógena devem ter o direito de participar plena e efetivamente nas decisões que moldam as suas vidas. A capacidade de exercer esse direito é fundamental para a remoção de barreiras sistémicas e para a promoção da sua inclusão e integração plena na sociedade. Desta forma, torna-se crucial consultar e envolver ativamente as pessoas com deficiência e as suas organizações representativas em todas as fases de um plano de comunicação, uma vez que estas podem fornecer perspetivas singulares e contribuir para a qualidade e riqueza dos conteúdos e materiais de comunicação (Nações Unidas, 2021, pp.3-4).

Uma possível abordagem estratégia a considerar consiste na colaboração com criadores de conteúdos/influenciadores digitais que possuam um conhecimento profundo da realidade quotidiana das pessoas com deficiência. Estes podem colaborar na definição do conteúdo e na seleção dos canais de comunicação mais adequados, uma vez que conhecem a forma correta de abordar certos temas, a linguagem e os conceitos apropriados, assegurando, assim, o respeito pelas pessoas com deficiência. Importa referir, contudo, que estes criadores não apenas fornecem orientações para uma abordagem mais acessível, como também asseguram que a forma como um tema é tratado contribua para um impacto positivo na perceção pública da organização (Brenneman, 2023).

Quando um profissional de RP procura comunicar a história de uma pessoa com deficiência, deve explorar o poder da narrativa para conscientizar o público, adotando a "honestidade" como princípio orientador, de modo a transmitir de forma transparente as diversas barreiras que estas pessoas enfrentam (Nações Unidas, 2021, p.10). Importa salientar que as experiências vividas por estas pessoas devem ser apresentadas a partir das suas próprias perspetivas, de modo a garantir que os relatos sejam fiéis à realidade (Nações Unidas, 2021, p.10).

Segundo as Nações Unidas (2021) existem certos fatores ou princípios a considerar na criação destas narrativas. O primeiro relaciona-se com o contexto social e os papéis que desempenham na sociedade: ao retratar as pessoas com deficiência, não é necessário diferenciá-las. Todas as pessoas, com ou sem deficiência, podem ser independentes, produtivas e sociáveis. As pessoas com deficiência pertencem a

famílias e constituem as suas próprias famílias; possuem amigos e círculos sociais diversificados, bem como personalidades e competências sociais distintas. Assim, estas narrativas devem retratá-las nos seus papéis quotidianos: como profissionais ou estudantes, e em todas as fases da vida, desde a infância até à juventude, paternidade/maternidade e envelhecimento. O segundo fator a considerar relaciona-se com a discriminação múltipla: os profissionais de RP devem estar cientes de que há uma interseção da deficiência com outros fatores, tais como género, idade, raça, etnia, orientação sexual, entre outros. Por exemplo, uma pessoa com deficiência possui igualmente uma identidade de género, pode integrar um grupo indígena, ser jovem ou idosa, ou viver em situação de pobreza. O terceiro aspeto refere-se à representação precisa: deve-se retratar as várias emoções das pessoas com deficiência, evitando concentrar-se exclusivamente na deficiência ou nos dispositivos de apoio usados, como cadeiras de rodas ou bengalas brancas. Paralelamente, é essencial reconhecer a diversidade das pessoas com deficiência e as suas diferentes limitações, muitas das quais podem não ser imediatamente aparentes ou visíveis. O quarto aspeto a considerar diz respeito à seleção dos canais de comunicação. Na escolha do meio, é essencial ter em conta o público-alvo. Frequentemente, revela-se necessário recorrer a vários meios para alcançar uma audiência mais abrangente. O quinto fator relaciona-se com o envolvimento e a participação das pessoas com deficiência em eventos ou outras iniciativas de comunicação, sejam presenciais ou online. Devem ser disponibilizados recursos adequados às suas necessidades. Cumpre, contudo, sublinhar que compete às pessoas com deficiência comunicar previamente quaisquer necessidades que possam ter. Além disso, é fundamental solicitar o retorno destas pessoas após a realização de eventos e iniciativas, para assegurar que os recursos disponibilizados corresponderam efetivamente às suas necessidades. O sexto fator diz respeito ao consentimento para a divulgação da deficiência de um indivíduo. Caso a pessoa não tenha tornado pública a sua deficiência, não é adequado partilhar essa informação. Adicionalmente, a referência à deficiência só deve ser feita quando for relevante para o objetivo da narrativa, e apenas se a pessoa tiver fornecido voluntariamente essa informação ou se a sua identidade não for revelada. O penúltimo parâmetro refere-se às narrativas visuais, aplicáveis a filmes, fotografias e animações. É essencial retratar a diversidade das pessoas com deficiência, centrando a atenção nelas, e não nos intérpretes de Língua Gestual ou nos dispositivos de assistência utilizados. O último parâmetro refere-se às narrativas escritas, que devem ser acessíveis para todas as pessoas, independentemente do formato, seja entrevistas, artigos, publicações em blogues ou relatórios (Nações Unidas, 2021, pp.10-16).

A associação Acesso Cultura (2020) sublinha que, quando um espaço cultural adota uma política de acessibilidade, é fundamental comunicá-la regularmente ao público externo. Para tal, recomenda-se a utilização de vários canais de comunicação, abrangendo tanto os meios impressos como os digitais. Sempre que o profissional responsável pela assessoria de imprensa elaborar um comunicado sobre uma nova atividade que disponha de recursos acessíveis, deve mencioná-los. Além disso, deve promover periodicamente entrevistas sobre a filosofia e as práticas adotadas pela instituição no domínio da acessibilidade (Acesso Cultura, 2020, p.29).

Garcia et al. (2017, p.84) sublinham que é "muito importante" divulgar as mostras e as atividades multissensoriais, destacando ainda, a importância do "passa-palavra". As autoras referem que todos os materiais criados para este fim devem indicar a oferta multissensorial disponível, incluindo filmes promocionais e conteúdos difundidos nas redes sociais. Os vídeos devem retratar visitantes com deficiência - por exemplo, pessoas cegas - a explorar os artefactos através do sentido do tato. Estes vídeos devem disponibilizar legendagem para pessoas surdas e uma versão com audiodescrição para pessoas cegas.

Para alcançar a totalidade dos públicos, o profissional de RP deve conhecer e usar os formatos acessíveis, também designados por formatos alternativos. Contudo, quanto mais inclusivos forem os materiais de comunicação originais, menor será a necessidade de recorrer a formatos alternativos, permitindo uma economia de recursos, como tempo e dinheiro, na transmissão da mesma mensagem a diferentes grupos. A chave consiste em antecipar as necessidades dos grupos ao planear uma campanha de comunicação (Chartered Institute of Public Relations & Disability Confident, 2015, p.7).

As **imagens** podem ser utilizadas como recurso para ilustrar conceitos ou transmitir estados de espírito. Contudo, é importante saber nem todos as pessoas as conseguem perceber da mesma forma, nomeadamente aqueles com deficiência sensorial. Nesse sentido, no domínio da comunicação nas plataformas digitais, é fundamental que todas as imagens e infográficos sejam "marcados", através do *alt-text* ou texto alternativo. Este recurso permite fornecer descrições que tornam o conteúdo visual acessível a pessoas que recorrem a leitores de ecrã nos seus dispositivos, possibilitando-lhes compreender a informação transmitida pela imagem ou pelo infográfico (Chartered Institute of Public Relations & Disability Confident, 2015, p.11; European Disability Forum, 2023, p.4; Institute for Public Relations, 2023). Todavia, quando uma imagem tem apenas uma função decorativa num website, deve ser marcada como tal (European Disability Forum, 2023, p.4). É ainda fundamental assegurar que as imagens apresentam um contraste

de cores adequado (European Disability Forum, 2023, p.4). A utilização de sombras ou imagens como fundo de texto pode reduzir significativamente o contraste entre a tipografia e o fundo, dificultando a leitura para alguns utilizadores e tornando-a totalmente inacessível para outros (Chartered Institute of Public Relations & Disability Confident, 2015, p.11).

Podem ser seguidas algumas orientações específicas para tornar o **conteúdo escrito disponibilizado na web** acessível a todos os leitores: (1) evitar a utilização desnecessária de acrónimos e, sempre que o seu uso seja imprescindível, apresentar uma explicação, de forma a garantir que todos os utilizadores compreendem o seu significado; (2) optar por vocabulário simples e de uso comum em todos os textos; (3) contudo, sempre que forem utilizados termos/palavras de maior complexidade, torna-se essencial apresentar explicações ou definições complementares, de modo a assegurar que todos os leitores compreendem plenamente o conteúdo textual; (4) garantir que o tamanho da fonte seja superior a 12 pontos ou possibilitar que os utilizadores aumentem facilmente a dimensão do texto, utilizando a função de zoom do navegador; (5) adotar fontes sem serifa, como Arial, Calibri, Century Gothic, Trebuchet ou Verdana, por apresentarem maior facilidade de leitura; (6) evitar o itálico, uma vez que este estilo tipográfico pode dificultar a leitura; (7) cada frase não deve ultrapassar as 25 palavras; (8) caso sejam adicionados links ao texto, estes devem ser introduzidos, primeiro, através de uma descrição adequada do respetivo conteúdo e, segundo, diretamente nas palavras, de forma a criar texto clicável em vez de apresentar o link isoladamente. Devem ser evitadas expressões genéricas, como "clique aqui" ou "link aqui", privilegiando-se antes textos descritivos que indiquem de forma explícita o destino da hiperligação; (9) desaconselha-se a utilização de várias cores no corpo do texto, devendo este apresentar contraste preferencialmente com uma relação mínima de 4.5:1 - para garantir uma leitura adequada; (10) fornecer versões de leitura simplificada dos documentos mais relevantes; (11) sempre que possível, deve-se recorrer às ferramentas disponibilizadas pelos editores de texto para estruturar títulos e subtítulos, em vez de os inserir manualmente. Esta prática permite que leitores de ecrã e outras tecnologias de apoio interpretem corretamente a organização do documento, facilitando, assim, a compreensão do seu conteúdo por pessoas com deficiência visual; (12) no Microsoft Word, recomenda-se a utilização do verificador de acessibilidade para assegurar que o documento cumpre os critérios de acessibilidade. Outros programas do pacote Microsoft Office também disponibilizam ferramentas equivalentes para avaliação da acessibilidade (Chartered Institute of Public Relations & Disability Confident, 2015, p.9; European Disability Forum, 2023).

A forma como os **websites** são estruturados pode criar barreiras para pessoas com deficiência. Para eliminar essas barreiras, o World Wide Web Consortium (W3C), órgão regulador da web, desenvolveu as Diretrizes de Acessibilidade para Conteúdo da Web (WCAG 2.0). O website do W3C disponibiliza exemplos de boas práticas que contribuem para tornar os websites mais acessíveis, assegurando que todos os utilizadores possam aceder e navegar na internet de forma eficiente e inclusiva (Chartered Institute of Public Relations & Disability Confident, 2015, p.12).

A maioria das **redes sociais** não é totalmente acessível, sendo a sua acessibilidade condicionada por vários fatores (European Disability Forum, 2023, p.6; Nações Unidas, 2021, p.30). Os utilizadores podem adotar diversas medidas para tornar o seu conteúdo mais acessível, como: usar palavras simples; evitar o uso de caracteres Unicode, ASCII ou ferramentas que permitam escrever textos em fontes diferentes; não recorrer a textos em itálico. Além disso, é recomendável escrever hashtags no formato *CamelCase*, em que a primeira letra de cada palavra é maiúscula, por exemplo, #AcessibilidadeÉBoa ou #DeixarNinguémParaTrás, de modo que os leitores de ecrã interpretem corretamente a hashtag (European Disability Forum, 2023, p.6; Nações Unidas, 2021, p.30); não utilizar um número excessivo de hashtags; limitar o uso de emojis a dois ou três por publicação, evitando-os como substitutos de texto; não recorrer a animações ou GIF's com imagens ou luzes intermitentes; empregar *call-to-actions* descritivos, como "Leia a entrevista!" ou "Descarregue o documento"; adicionar texto alternativo às imagens e GIF's; legendar os vídeos através de ferramentas de legendas ocultas; e incluir interpretação em Língua Gestual nos vídeos (European Disability Forum, 2023, p.6).

Para assegurar a acessibilidade dos **materiais impressos** (como folhetos, manifestos monofolhas, cartazes, manifestos, brochuras, etc.), é necessário disponibilizar versões em Braille e em impressão ampliada¹⁸, bem como uma versão online, incluindo formato HTML. Além disso, deve certificar-se de que as cores utilizadas apresentam um contraste adequado, com uma proporção mínima de 4,5:1 (European Disability Forum, 2023, p.7).

Deve ser sempre disponibilizada uma transcrição escrita do **conteúdo do áudio** (como podcasts e outras gravações em áudio); os convidados e apresentadores do podcast devem falar de forma pausada; e, quando for colocada música de fundo, o seu volume deve ser, no mínimo, 20 decibéis inferior ao da voz da pessoa que está a falar (European Disability Forum, 2023, p.7).

¹⁸ Devem ser incluídos códigos QR que direcionem para a versão online acessível (European Disability Forum, 2023, p.7).

Para assegurar a acessibilidade a conteúdos audiovisuais (como filmes, vídeos, etc.), é necessário adotar diversas medidas, como: (1) acrescentar legendas; (2) incluir interpretação em Língua Gestual, de modo a atender às necessidades das pessoas surdas ou baixa audição; (3) garantir que todas as informações escritas sejam também faladas; (4) para vídeos com conteúdos em outro idioma, fornecer uma versão dobrada e outra com audiodescrição; (5) utilizar fontes sem serifa, com tamanho mínimo de 24 pontos para qualquer texto; (6) evitar conteúdos que piscam; (7) assegurar um contraste adequado entre a imagem/texto em primeiro plano e o fundo, com uma relação mínima de 4,5:1, de modo a proporcionar uma experiência visual confortável; e (8) se houver música de fundo durante a fala de alguém no vídeo, o seu volume deve ser reduzido em pelo menos 20 decibéis (European Disability Forum, 2023, p.8).

Capítulo 3. Metodologia

3.1 Pergunta de partida

Uma pergunta de partida constitui um enunciado interrogativo, redigido no presente, e assume particular importância por identificar o foco da investigação, o(s) fenómeno(s) que o investigador pretende explorar e compreender de forma aprofundada. Além disso, orienta todo o processo de investigação, desde a revisão da literatura até à seleção da metodologia e dos instrumentos de recolha e análise de dados (Boudah, 2011, p.22; Damon & Holloway, 2002, p.14; Fortin, 2009, p.32; Knott et al., 2022, p.14; Maxwell, p.201; Quivy & Campenhoudt, 1998).

Quivy e Campenhoudt (1998, p.34) referem que a utilidade de um estudo depende, em grande medida, da adequada formulação da respetiva pergunta de partida. Contudo, esta formulação nem sempre é simples, uma vez que uma boa pergunta de partida deve satisfazer determinados requisitos específicos, tais como:

- (1) Clareza - a pergunta deve ser precisa, evitando ambiguidades ou interpretações múltiplas que possam distorcer a intenção do investigador (Boudah, 2011, p.22; Fortin, 2009; Quivy & Campenhoudt, 1998).
- (2) Exequibilidade - a questão de partida deve ser realista, tendo em consideração as limitações práticas do estudo. Fatores como o tempo disponível, os recursos financeiros, a disponibilidade dos participantes e os equipamentos necessários são determinantes para garantir a viabilidade do estudo (Fortin, 2009; Quivy & Campenhoudt, 1998).
- (3) Pertinência - o estudo deve abordar um tema ou problema relevante atualmente. A investigação deve, adicionalmente, contribuir para o avanço do conhecimento científico ou para a resolução de problemas, tornando os seus resultados mais

úteis e aplicáveis na prática. A pergunta de partida deve estar alinhada com um quadro conceptual que facilite a sua compreensão pela comunidade científica, permitindo, assim, que os resultados do estudo sejam interpretados e aplicados no contexto da disciplina (Fortin, 2009; Quivy & Campenhoudt, 1998).

Após uma compreensão clara do que caracteriza uma questão de partida, bem como dos critérios essenciais para a sua adequada formulação, procede-se à identificação da pergunta que orientará todo o estudo:

Existirá uma relação entre a função estratégica das RP e a comunicação multissensorial no âmbito da inclusão social de pessoas com deficiências sensoriais no Museu Bordalo Pinheiro e no Museu Calouste Gulbenkian?

A obtenção de respostas à(s) pergunta(s) de partida permitirá atingir os objetivos do estudo, contribuindo, desta forma, para a resolução do problema identificado (Leedy & Ormrod, 2005, citados por Ellis & Levy, 2008, p.20).

3.2 Objetivos de pesquisa

De acordo com Fortin (2009, p.40) um objetivo consiste num "enunciado que indica claramente o que o investigador tem intenção de fazer no decurso do estudo". Pode tratar-se de identificar, explorar, descrever, explicar ou prever um ou vários fenómenos (Fortin, 2009, p.40). No âmbito do presente estudo, foram formulados cinco objetivos:

- (1) Compreender se existe uma convergência estratégica entre a função das RP e a comunicação multissensorial com vista à inclusão social de pessoas com deficiências sensoriais no Museu Bordalo Pinheiro e no Museu Calouste Gulbenkian;
- (2) Analisar as estratégias de comunicação utilizadas pelo Museu Bordalo Pinheiro e pelo Museu Calouste Gulbenkian para promover a participação do público com deficiências sensoriais nas suas atividades;
- (3) Identificar os desafios e oportunidades na implementação de estratégias de comunicação para a inclusão social de pessoas com deficiências sensoriais nos museus;
- (4) Propor recomendações práticas para aprimorar as estratégias de comunicação dos museus, tendo em vista a otimização do seu impacto social e inclusivo no público com deficiências sensoriais;
- (5) Colocar na agenda do estudo das RP estratégicas a questão da comunicação inclusiva como forma de possibilitar uma maior participação do público com deficiências sensoriais nos museus.

3.3 Hipóteses de pesquisa

Uma hipótese consiste numa "proposição hipotética", "suposição" ou num "palpite" (Fortin, 2009, p.102; Verma & Beard, 1981, citados por Bell, 1993, p.39). Trata-se de uma afirmação que sugere uma possível relação entre duas ou mais variáveis (Bell, 1993, p.39; Fortin, 2009, p.102). Cada hipótese é testada com base nos dados recolhidos, podendo ser confirmada, caso os dados sustentem a relação proposta, ou rejeitada, se os dados não a corroborarem (Gil, 1999, p.41).

Segundo Medawar (1972), citado por Bell (1993), todo "o avanço no conhecimento científico", em qualquer nível, tem início numa "aventura especulativa", uma "conceção prévia imaginativa" acerca do que poderá ser verdadeiro, "uma conceção prévia que vai sempre e necessariamente um pouco [...] além daquilo em que temos autoridade lógica ou factual para acreditarmos". Trata-se da "invenção de um mundo possível", ou de uma ínfima fração desse mundo. A "conjetura" é, então, sujeita "à crítica", de modo a verificar se esse universo "imaginado" possui alguma correspondência com a realidade. Assim, o "raciocínio científico" é por isso, a todos os níveis, uma interação entre dois momentos do pensamento, "um diálogo entre duas vozes": a imaginativa e a crítica. Pode entender-se, portanto, como um confronto "entre o possível e o real, entre a proposta e a ordem", entre a conjetura e a crítica, entre o que se supõe poder ser e aquilo que é efetivamente verdadeiro (p.39).

Para o presente estudo, foram formuladas quatro hipóteses:

H1: Existe uma articulação entre a função estratégica das RP e as práticas de comunicação multissensorial tendo em vista a inclusão social de pessoas com deficiências sensoriais no Museu Bordalo Pinheiro e no Museu Calouste Gulbenkian.

H2: As RP são eficazes na mobilização da participação do público com deficiências sensoriais em exposições e programas inclusivos oferecidos pelo Museu Bordalo Pinheiro e pelo Museu Calouste Gulbenkian.

H3: Embora existam diversas oportunidades de desenvolvimento de estratégias de comunicação para a inclusão social de pessoas com deficiências sensoriais nos museus, a sua implementação enfrenta desafios, nomeadamente, devido à escassez de recursos, tanto financeiros como humanos.

H4: A eficácia das RP na comunicação inclusiva é ampliada quando os museus colaboram com organizações especializadas em inclusão social e com organizações que apoiam pessoas com deficiências sensoriais.

3.4 Abordagem metodológica

3.4.1 Análise mista

Com o desenvolvimento e a progressiva aceitação das metodologias quantitativa e qualitativa no domínio das ciências sociais e humanas, a investigação baseada em métodos mistos - que integra, num único estudo, procedimentos de recolha e análise de dados de ambas as metodologias - tem vindo a ganhar notoriedade entre académicos e estudantes universitários (Creswell, 2009, p.230; Tashakkori & Teddlie, 1998, p.17). Para além da sua aplicação nos estudos das ciências sociais e humanas, o método misto é muito utilizado em estudos que visam estimular a participação social e promover mudanças na comunidade (Leavy, 2017, p.9).

De acordo com Creswell e Plano Clark (2018), existem várias razões que justificam o uso do método misto. Em primeiro lugar, os pontos fortes de uma metodologia compensam as fraquezas da outra. Pode-se argumentar, por exemplo, que a investigação quantitativa não permite uma compreensão profunda do contexto ou do ambiente em que os indivíduos vivem. Esta limitação é, no entanto, superada pela investigação qualitativa. Por outro lado, a investigação qualitativa pode ser inadequada devido às interpretações subjetivas do investigador, ao potencial viés daí decorrente, e à dificuldade de generalizar os resultados, dado que geralmente envolve amostras pequenas não probabilísticas. Já a investigação quantitativa não enfrenta este problema, pois trata primariamente de dados numéricos, que permitem uma maior generalização (p.12). Em segundo lugar, os investigadores podem escolher entre uma variedade de instrumentos de recolha de dados, provenientes tanto da abordagem quantitativa como da qualitativa. Em terceiro lugar, o método misto é uma excelente opção quando os dados quantitativos ou qualitativos, por si só, não são suficientes para responder de forma adequada a uma pergunta de partida. Ao recolher e analisar dados quantitativos e qualitativos no mesmo estudo, é possível tirar conclusões mais profundas (p.13).

Mas antes de proceder à explicação de como é que o método misto foi implementado neste estudo, é fundamental explorar a sua origem. Creswell e Plano Clark (2018) destacam que, entre o final da década de 1980 e o início da década de 1990, autores de diversos países, nomeadamente do Reino Unido, Estados Unidos da América e Canadá, começaram a publicar diversos materiais sobre o método misto, numa tentativa de o definir e descrever. Creswell e Plano Clark (2018) sublinham também que este movimento teve um carácter multidisciplinar, abrangendo diferentes áreas do conhecimento, tais como a sociologia, educação, gestão, enfermagem e medicina (p.22). Creswell e Plano Clark (2018) acrescentam, contudo, que apesar de

muitos livros e artigos sobre o método misto terem sido publicados a partir do final da década de 1980, a sua aplicação na prática antecede esta data. Isto é, os investigadores já utilizavam o método misto nos seus estudos antes de o mesmo ter sido reconhecido e discutido na literatura (pp.22-23).

A investigação com métodos mistos caracteriza-se pela utilização de instrumentos de recolha e análise de dados das metodologias quantitativa e qualitativa. As diferentes fases do estudo estabelecem uma relação sinérgica, na medida em que a componente quantitativa pode influenciar a qualitativa e vice-versa, promovendo uma complementaridade que enriquece a compreensão do fenómeno em análise (Leavy, 2017, p.164).

Leavy (2017, p.178) propõe diversos tipos de desenhos de investigação no âmbito da metodologia com métodos mistos, os quais se encontram sistematizados na Tabela 26 (Anexo 1). Por seu turno, Kothari (2004) argumenta que os estudos científicos podem ser classificados em quatro: exploratórios, descritivos, diagnósticos e de verificação de hipóteses. Em contrapartida, Gil (1999) propõe três tipologias de estudos: exploratórios, descritivos e aqueles que visam testar hipóteses causais, designados como estudos de natureza explicativa (p.27). Em Apêndice 1 encontram-se duas tabelas: a Tabela 2, que apresenta as designações e respetivas descrições por Kothari (2004) e a Tabela 3, as correspondentes ao modelo de Gil (1999).

O presente estudo assume uma natureza exploratória, uma vez que procura aprofundar o conhecimento sobre o fenómeno em causa e adquirir novos entendimentos acerca do mesmo, recorrendo, para tal, a uma metodologia de carácter misto, em que o desenho metodológico segue o modelo *quantitative nested in qualitative* (Leavy, 2017, p.178).

3.4.2 O estudo comparativo

Enquanto mecanismo cognitivo inato ao ser humano, a comparação é um dos processos intelectuais mais profundos e produtivos na construção do conhecimento. A sua importância é tal que pensar sem recorrer à comparação é praticamente impossível (Azarian, 2011, p.115; Swanson, 1971, p.145). No entanto, a mera naturalidade do processo de comparação não é, por si só, suficiente para garantir a produção de conhecimento científico. Para que a comparação adquira validade científica, é necessário um enquadramento metodológico rigoroso, sustentado por critérios explícitos e controlados, que assegurem a validade e a fiabilidade das inferências produzidas (Azarian, 2011, p.115).

A análise comparativa é aplicada em diversos campos científicos, incluindo as ciências sociais e humanas, bem como nas áreas da história e da cultura (Azarian, 2011, p.114; Miri & Shahrokh, 2019, p.1). Embora tenha as suas origens no período da antiguidade clássica, a sua prática nunca foi interrompida, tendo, pelo contrário, sido consolidada ao longo do tempo (Miri & Shahrokh, 2019, p.1).

Esta é uma estratégia de análise que permite identificar e descrever as semelhanças e diferenças entre dois ou mais casos (Miri & Shahrokh, 2019, p.1). Esser e Vliegenthart (2016) referem que o método comparativo se distingue dos métodos não comparativos pelo facto de procurar ir além da análise a casos isolados. O seu propósito consiste em explicar os pontos de convergência e divergência entre os casos em estudo, bem como as relações entre eles, tendo sempre em consideração o seu contexto (p.2). Esser e Vliegenthart (2016) afirmam, ainda, que a comparação pode incidir sobre fenómenos ocorridos num único momento ou em múltiplos momentos no tempo. Para que o estudo tenha validade científica, os casos em análise devem ser comparados com base num quadro teórico comum (p.2).

O processo de escolha dos museus a integrar este estudo desenvolveu-se em quatro etapas. Numa primeira etapa, foi realizada uma pesquisa exploratória na internet para identificar os museus que ficam situados na cidade de Lisboa. Simultaneamente, procurou-se analisar o perfil institucional de cada museu, a natureza do seu acervo e o seu regime de tutela, se pública ou privada. Elaborou-se, assim, uma lista provisória de museus a considerar para o estudo.

Numa segunda fase, foi realizada uma pesquisa acerca das políticas de acessibilidade e de inclusão social de cada um desses museus. Para tal, recorreu-se a diversas fontes. Para além da consulta aos websites oficiais dos museus, procurou-se consultar outras fontes online, tais como redes sociais, documentos e relatórios institucionais, jornais e blogues especializados.

Verificou-se que, enquanto alguns museus disponibilizavam conteúdos acerca das suas políticas de acessibilidade e inclusão nos seus websites e redes sociais, outros não apresentavam qualquer dado nesse sentido. Por conseguinte, tornou-se imperativo estabelecer contacto direto, via correio eletrónico, com os museus que não apresentavam dados concretos sobre esta matéria nos seus canais oficiais de comunicação. Procedeu-se, então, à pesquisa dos endereços de correio eletrónico dos responsáveis pela comunicação de cada museu, tendo sido compilada uma lista com todos os contactos encontrados. Todavia, quando os endereços desses profissionais não se encontravam disponíveis online, optou-se por incluir na lista os endereços gerais

de correio eletrónico de cada museu. O principal intuito deste contacto foi averiguar se os museus implementavam estratégias de comunicação multissensorial nas suas mostras e atividades, nomeadamente através da inclusão de estímulos sensoriais tais como a visão, a audição, o tato, o olfato e o paladar. Esta foi a terceira etapa deste processo.

Vários colaboradores manifestaram interesse em agendar uma chamada telefónica ou uma reunião presencial, tendo-se procedido ao respetivo agendamento. Estes encontros permitiram à investigadora dar a conhecer o tema e o intuito do estudo e aos museus partilhar as práticas por si implementadas no âmbito da acessibilidade e da comunicação multissensorial.

Após uma análise cuidadosa dos dados recebidos em resposta ao contato por email, bem como das conversas telefónicas e presenciais realizadas, foram escolhidos quatro museus para integrar o estudo, dois sob tutela pública e dois de tutela privada. Contudo, numa fase subsequente do estudo, a análise incidiu somente sobre dois museus, devido à indisponibilidade dos restantes dentro do prazo máximo estipulado para esta fase do trabalho.

Assim, será realizada uma análise comparativa entre o Museu Bordalo Pinheiro, de tutela pública, e o Museu Calouste Gulbenkian, de tutela privada.

3.5 Revisão da literatura

A revisão da literatura consiste num processo de recolha e análise crítica de diversos trabalhos científicos e literários sobre um problema ou tópico de investigação (Damon & Holloway, 2002, p.35; Fortin, 2009, p.74).

O investigador dispõe de várias razões para fazer uma revisão da literatura. Em primeiro lugar, pode fazê-lo para conseguir delimitar o problema em estudo. A consulta de diversos materiais literários e científicos pode também contribuir para a formulação da(s) pergunta(s) de partida, além de permitir conhecer as correntes conceptuais e teóricas, bem como os métodos de investigação utilizados em estudos anteriores (Fortin, 2009, p.74).

Para além dos motivos anteriormente mencionados, Damon e Holloway (2002) destacam diversos outros motivos para a realização de uma revisão da literatura. No entanto, os motivos identificados estão relacionados com o campo das RP e do marketing. Entre estes, incluem-se: a identificação dos principais autores e investigadores, bem como das suas perspetivas sobre a área; o desenvolvimento de uma compreensão profunda da natureza e estrutura do campo em estudo; o

enquadramento da investigação no seu contexto histórico e cultural; a formulação de uma nova perspetiva sobre o tema; a articulação entre conceitos e/ou teorias e a sua aplicação à prática profissional; a aquisição e consolidação da terminologia e do discurso técnico inerentes ao tema; e, por fim, o mapeamento e a descrição das principais metodologias e procedimentos de investigação adotados por outros investigadores na área (p.35).

De acordo com Fortin (2009), não existe um critério único para determinar o número de autores a consultar, o tipo de documentos a incluir ou até que ponto o investigador deverá retroceder no tempo durante a sua pesquisa bibliográfica. No entanto, ao iniciar a pesquisa e realizar a revisão da literatura, o investigador deve considerar o tempo disponível para a concretizar (p.75).

Contudo, importa salientar que, de modo geral, quando o domínio é "preciso", a literatura disponível tende a ser vasta. Isto é, quanto mais profundo for o nível de conhecimento sobre um determinado campo, maior será o número de referências (Fortin, 2009, p.75).

À medida que se avança nas etapas de recolha e análise de dados, é possível que novas descobertas, *insights* ou perspetivas apareçam, as quais podem influenciar a compreensão do problema de investigação. Assim, a revisão da literatura não deve ser encarada como uma etapa isolada ou inicial do estudo, mas sim como um processo dinâmico e contínuo. O documento final deve refletir o estado atual do conhecimento na área (Damon & Holloway, 2002, p.35). Fortin (2009) afirma que, além disso, quanto mais um estudo se basear em conhecimentos empíricos, maior será a probabilidade de os seus resultados contribuírem para o enriquecimento do campo em estudo (p.74).

3.6 Procedimentos e técnicas de recolha de dados

3.6.1 Entrevista

A entrevista é uma técnica muito utilizada em estudos científicos, particularmente nas áreas das ciências sociais, humanas, bem como noutras disciplinas em que a compreensão do comportamento, das experiências ou perspetivas dos indivíduos se revela fundamental (Gil, 1999, p.109; Knott et al., 2022; Lakatos & Marconi, 2003, pp.195-196). Destaca-se a sua aplicação em áreas como a sociologia, a antropologia, a psicologia, o serviço social, o jornalismo, a pesquisa de mercado e as RP (Lakatos & Marconi, 2003, p.196).

De acordo com Gil (1999), muitos autores consideram a entrevista como a "técnica por excelência" (p.109). Ao compará-la ao tubo de ensaio na química e ao microscópio

na microbiologia, Gil (1999) enfatiza a sua importância: assim como o tubo de ensaio e o microscópio são instrumentos fundamentais para os cientistas nas suas respectivas áreas, a entrevista é indispensável para os investigadores das ciências sociais. Gil (1999) sublinha, ainda, que uma "parte importante do desenvolvimento das ciências sociais nas últimas décadas foi obtida graças à sua aplicação" (p.109).

Trata-se, portanto, de um processo de interação social, para recolher dados sobre o conhecimento, crenças, expectativas, sentimentos e desejos dos indivíduos. Também permite explorar as suas intenções, ações passadas ou presentes, bem como as justificações e razões subjacentes aos seus comportamentos (Gil, 1999, p.109; Knott et al., 2022; Lakatos & Marconi, 2003, pp.195-196).

Existem diversas razões que justificam a utilização da entrevista pelos investigadores. Para além de permitir compreender "os mais diversos aspectos da vida social", a entrevista é "uma técnica muito eficiente para a obtenção de dados em profundidade acerca do comportamento humano" (Gil, 1999, p.110). Quando comparada ao questionário, a entrevista apresenta outras vantagens: não requer que o entrevistado seja alfabetizado e permite a observação da linguagem corporal e do tom de voz do entrevistado. Para além disso, oferece uma flexibilidade significativamente superior, podendo o entrevistador repetir, reformular ou esclarecer o significado das perguntas, de forma a garantir que o entrevistado compreenda corretamente o que lhe é perguntado (Gil, 1999, p.110; Lakatos & Marconi, 2003, p.197). Daymon e Holloway (2002) corroboram esta última ideia ao afirmarem que as entrevistas são particularmente valiosas devido à sua flexibilidade, permitindo ao investigador ajustar a direção da conversa com base nas respostas do entrevistado. Caso o entrevistado diga algo inesperado ou especialmente relevante, o investigador tem a oportunidade de explorar esse tópico com maior profundidade (pp.166-167).

A entrevista apresenta, no entanto, uma série de desvantagens, o que a torna, em certos contextos, menos recomendável do que outras técnicas. As limitações da entrevista são, de acordo com Gil (1999, p.110) e Lakatos e Marconi (2003, p.198), as seguintes: a falta de motivação do entrevistado para responder às perguntas que lhe são colocadas; dificuldades de expressão e comunicação por ambas as partes; incompreensão do significado das perguntas, o que pode levar a respostas imprecisas ou irrelevantes; a possibilidade de o entrevistado ser influenciado, de forma consciente ou inconsciente, pelo entrevistador, o que pode resultar em respostas distorcidas; a inability ou mesmo incapacidade do entrevistado em fornecer respostas adequadas, em decorrência de insuficiência vocabular ou de outros fatores; resistência do

entrevistado em fornecer as informações necessárias; e a retenção de dados importantes, por receio de que a sua identidade seja revelada. Além disso, a entrevista exige um investimento considerável de tempo e é de difícil execução.

Bingham e Moore (1959), citados por Daymon e Holloway (2002), referem-se à entrevista qualitativa como uma "conversa com um objetivo". No entanto, é importante salientar que a entrevista vai além de uma simples conversa. A entrevista é sempre orientada por um propósito específico e, geralmente, segue uma certa estrutura. Tanto o propósito como o grau de estruturação são definidos pelo investigador, que estrutura a conversa de modo a abordar os temas do seu interesse.

Portanto, uma das primeiras decisões a ser tomada ao planejar a realização de entrevistas é o grau de estruturação que melhor se adequa aos objetivos do estudo. As entrevistas podem ser classificadas ao longo de um *continuum*, que vai desde as não estruturadas até às altamente estruturadas. De modo geral, os investigadores tendem a optar por entrevistas não estruturadas ou semi-estruturadas, uma vez que estas proporcionam maior flexibilidade e profundidade na exploração dos temas (Daymon e Holloway, 2002, p.169). No Apêndice 2 encontra-se a Tabela 4 que apresenta a descrição de cada tipologia de entrevista.

Existem diferentes tipos de entrevista, entre os quais se destaca a entrevista individual, muito utilizada pelos estudantes universitários nas suas dissertações de mestrado ou teses de doutoramento. As entrevistas individuais podem ser realizadas presencialmente, por telefone, via correio eletrónico ou virtualmente, através de plataformas de videochamada. Esta última modalidade tem vindo a ser cada vez mais recorrente (Creswell, 2009; Daymon & Holloway, 2002, p.168).

Para além da entrevista individual, existe também a entrevista em grupo, também conhecida como "*focus group*". Neste tipo de entrevista, o investigador assume o papel de moderador. No entanto, pode ser formada uma equipa moderadora, composta pelo investigador, um ou dois moderadores e um assistente. O número de participantes neste tipo de entrevista varia entre 6 e 12 indivíduos, e a duração das sessões pode oscilar entre duas e três horas (Gil, 1999, p.155).

Embora tivesse sido inicialmente definido que o método a utilizar seria a entrevista individual, tal não se concretizou, na aceção plena do conceito. Em três das entrevistas, esteve presente, para além do entrevistado inicialmente previsto, um outro membro da equipa.

Importa referir, no entanto, que cada guião de entrevista foi concebido para um perfil específico de entrevistado; contudo, por iniciativa destes, foi incluído outro membro da equipa durante a realização das entrevistas. Assim, houve um “entrevistado principal”, responsável por responder à maior parte das questões, e um “entrevistado secundário”, cuja função consistia em complementar as respostas do entrevistado principal.

Optou-se por entrevistar tanto os responsáveis/profissionais dos departamentos ou áreas de comunicação, como os responsáveis/técnicos dos setores educativos e/ou das áreas de acessibilidade e inclusão social. Para o efeito, foram elaborados dois guiões de entrevista: o primeiro contempla um total de 42 perguntas e o segundo um total de 38. Importa sublinhar que, embora os dois guiões contenham perguntas específicas e adaptadas às respetivas áreas de intervenção dos entrevistados, foram, ainda, incluídas algumas perguntas comuns, consideradas fundamentais para assegurar a comparabilidade e a coerência dos dados recolhidos. Estas questões, idênticas ou de natureza semelhante, permitem ainda a análise das perspetivas partilhadas entre os diferentes profissionais envolvidos no estudo.

Foram realizadas um total de quatro entrevistas, todas efetuadas presencialmente, em interação direta e face-a-face com os entrevistados.

No dia 8 de novembro de 2024, foi realizada uma entrevista com Beatriz Saraiva, Técnica do Departamento de Mediação Cultural e Estratégia Digital do Museu Calouste Gulbenkian, bem como com Margarida João, Técnica do mesmo Departamento, e onde desenvolve trabalho na área da Acessibilidade e Inclusão Social. A entrevista teve uma duração de 54 minutos e 36 segundos.

No dia 11 de novembro de 2024 foram realizadas duas entrevistas. A primeira contou com a participação de Tiago Guerreiro, Gestor de Comunicação e Marketing do Museu Bordalo Pinheiro, e de Teresa Costa, Técnica de Museologia e Património, responsável pela área de acessibilidade e inclusão social da mesma instituição. A segunda entrevista foi com Liliana Pina, responsável pelo Serviço Educativo do Museu Bordalo Pinheiro, e novamente com Teresa Costa, Técnica de Museologia e Património, responsável pela área de acessibilidade e inclusão social. As entrevistas tiveram uma duração de 1 hora, 18 minutos e 51 segundos, e 1 hora, 6 minutos e 41 segundos, respetivamente.

No dia 19 de dezembro de 2024 foi realizada uma quarta entrevista. Desta vez, com Margarida João, Técnica do Departamento de Mediação Cultural e Estratégia Digital do Museu Calouste Gulbenkian, onde desenvolve trabalho na área da acessibilidade e da inclusão social. A entrevista teve uma duração de 1 hora, 47 minutos e 9 segundos.

Todos os participantes foram previamente informados sobre os objetivos do estudo, tendo preenchido um formulário de consentimento informado. Neste documento, expressaram o seu consentimento para a realização da entrevista e autorizaram a respetiva gravação, para posterior transcrição e análise.

As entrevistas foram transcritas na íntegra e encontram-se disponíveis para consulta no Apêndice 10, 11, 12 e 13.

3.6.2 Observação

De acordo com o Dicionário Priberam da Língua Portuguesa, a palavra "observar" é definida como o "ato de ver ou olhar com atenção; de considerar; de examinar; de notar." O Dicionário de Língua Portuguesa Contemporânea da Academia das Ciências de Lisboa complementa esta definição, explicando que "observar" significa "olhar, considerar atentamente, examinar minuciosamente, sobretudo com a intenção de conhecer melhor [...] fazer um comentário, um reparo, uma advertência; chamar a atenção para alguma coisa".

De acordo com Quivy e Campenhoudt (1998), a observação pode ser indireta, quando a informação é obtida através de registos ou testemunhos de terceiros, ou pode ser direta, quando o investigador está presente no local e quando o fenómeno ou a situação em estudo ocorre. Quivy e Campenhoudt (1998) sublinham ainda que, na observação direta, "Os sujeitos observados não intervêm na produção da informação procurada. Esta é manifesta e recolhida diretamente neles pelo observador". Este subcapítulo focar-se-á na técnica de observação direta, uma vez que foi o tipo de observação utilizado neste estudo.

Gil (1999) refere que a principal vantagem da observação direta, em comparação com outras técnicas, reside no facto de que as ações "são percebidas diretamente, sem qualquer intermediação. Desse modo, a subjetividade, que permeia todo o processo de investigação social, tende a ser reduzida" (p.100). Creswell (2009) complementa esta ideia ao afirmar que esta técnica permite ao investigador registar por escrito, em tempo real, os comportamentos dos participantes. O mesmo autor refere, ainda, que o investigador, poderá registar determinados aspetos que o participante poderia sentir-se desconfortável em abordar verbalmente.

Existem, no entanto, algumas desvantagens. Gil (1999) sublinha que o principal inconveniente da observação reside no facto de que a presença do investigador pode influenciar o comportamento dos indivíduos observados, "destruindo a espontaneidade dos mesmos e produzindo resultados pouco confiáveis. As pessoas, de modo geral, ao se sentirem observadas, tendem a ocultar o seu comportamento, pois temem ameaças

à sua privacidade" (p.101). Creswell (2009) acrescenta que o participante pode achar a presença do investigador intrusiva. Além disso, o autor menciona que, durante a observação, podem ser reveladas informações privadas ou sensíveis que o investigador não tem permissão para relatar ou usar. Creswell (2009) sublinha, ainda, outras duas desvantagens: o investigador pode não possuir as habilidades necessárias para observar e interpretar corretamente o comportamento dos participantes e, alguns participantes, como as crianças, podem ter maior dificuldade em estabelecer uma relação de confiança com o investigador.

De acordo com Creswell (2009), a observação em estudos qualitativos pode ser classificada em quatro categorias, cada uma com características e níveis de envolvimento diferentes por parte do investigador: (1) participante-completo: o investigador participa nas atividades do grupo, mas não revela a sua verdadeira identidade; (2) observador-participante: o investigador é conhecido pelos participantes. O seu papel como investigador é revelado; (3) participante como observador: embora exista interação com os participantes, estes sabem que se trata de um investigador; (4) observador – completo: o investigador atua apenas como observador, sem participar nas atividades do grupo.

É importante, neste momento, explicar o conceito de observador-participante, dado que foi essa a técnica adotada pela investigadora no presente estudo.

A observação-participante é utilizada em vários campos, sobretudo nas ciências sociais. Jorgensen (1989) salienta que "A antropologia e a sociologia, em particular, têm-se apoiado na observação-participante para muitas das suas descobertas seminais e, para a maioria dos antropólogos e muitos sociólogos, fazer um estudo de observação-participante no terreno é um importante rito de passagem para a disciplina" (pp.75-76). No papel de observador-participante, o investigador insere-se no ambiente, havendo uma proximidade com as pessoas e os fenómenos de interesse; por outro lado, mantém uma postura analítica e crítica, para não interferir diretamente no curso natural dos eventos (Daymon & Holloway, 2002, p.208).

Entre as principais vantagens da observação-participante, destacam-se a possibilidade de obtenção de um entendimento profundo do contexto social em análise, a identificação de relações de causa e efeito, bem como a confirmação de hipóteses. Jorgensen (1989) salienta que estas características a tornam particularmente valiosa em estudos que adotam a metodologia mista (p.83).

Jorgensen (1989) sublinha que, ao considerar a utilização da observação-participante, é também importante estar consciente das suas potenciais fraquezas. A

observação-participante pode tornar-se um processo demorado, uma vez que exige um compromisso de longo prazo com o terreno. Além disso, os dados obtidos através da observação-participante poderão ser difíceis de comparar com os resultados de outros estudos e ser tendenciosos. Poderá também ser difícil generalizar os resultados porque as conclusões obtidas através da observação-participante poderão não representar verdadeiramente outros grupos e contextos. Por fim, a flexibilidade e a natureza menos estruturada da observação-participante pode levar alguns indivíduos a considerá-la uma metodologia pouco científica. Tal percepção pode resultar na rejeição da abordagem como uma forma válida de recolha de dados (Jorgensen, 1989, pp.83-84).

Conforme mencionado anteriormente, o registo da observação é efetuado quando esta ocorre, podendo ser realizado de diversas formas. A modalidade mais comum consiste na elaboração de notas por escrito e/ou na captação de imagens ou gravação de áudios (Gil, 1999, p.105).

Tendo em conta que, neste estudo, foram utilizadas a anotação por escrito e a captação de imagens, procede-se, a seguir, à descrição do processo de sua aplicação.

A anotação por escrito pode assumir diferentes tipos de estruturação. Em certos casos, o registo é mais flexível, conferindo ao investigador maior liberdade para anotar os elementos que considera mais pertinentes. Por outro lado, pode adotar um formato mais estruturado, assumindo "a forma de uma grade fechada em que os comportamentos a serem observados são prévia e minuciosamente definidos", cabendo ao investigador apenas assinalá-los. Neste último caso, utiliza-se uma lista preestabelecida, que consiste num quadro de linhas e colunas, onde cada coluna representa um comportamento e cada linha corresponde ao momento em que este ocorreu (Gil, 1999, p.106).

No que diz respeito ao registo de natureza mais aberta, as anotações devem ser escritas de forma imediata, logo após a observação dos acontecimentos, de modo a mitigar possíveis distorções que possam surgir devido à falibilidade da memória (Damon & Holloway, 2002, p.213).

Além das descrições fatuais dos eventos observados, o investigador também deve incluir nas notas de campo as suas próprias reflexões e sentimentos em relação às situações observadas (Damon & Holloway, 2002, p.213).

Foram definidos 5 parâmetros de observação com base na literatura e nos objetivos da investigação, a saber: (1) organização geral da visita, (2) estratégias de comunicação multissensorial, (3) papel do guia, (4) envolvimento dos participantes e (5) espaço e

ambiente. Cada um destes parâmetros foi subdividido em vários sub-parâmetros. A estrutura completa dos parâmetros, juntamente com uma breve caracterização de cada um deles, está disponível para consulta no Apêndice 15.

No dia 27 de novembro de 2024 foi realizada uma observação à atividade "Veneza em Festa: Visita Tátil", promovida pelo Museu Calouste Gulbenkian e dirigida a pessoas com cegueira ou com baixa visão. A visita guiada, com uma duração prevista de 1 hora, tinha capacidade para acolher entre cinco a oito pessoas. Na sessão observada, embora a duração tenha correspondido ao tempo inicialmente previsto, registou-se a presença de apenas dois participantes, a saber: pessoa com deficiência e um acompanhante sem deficiência.

A 10 de janeiro de 2025 foi realizada uma observação à atividade "Museu Portátil: Sabores, Cores e Riscadores", que teve lugar no Museu Calouste Gulbenkian. A visita, com uma duração prevista de 1 hora e 30 minutos, destinava-se a um grupo entre cinco e doze participantes. Foi observada uma sessão para uma turma inclusiva do 1.º ciclo, composta por treze crianças. A duração da visita correspondeu ao tempo inicialmente estipulado.

As ideias registadas no momento da observação foram, posteriormente, transformadas num relatório, o qual se encontra em Apêndice 16 e 17. Para além das anotações que foram sendo registadas, foram também tiradas fotografias, assegurando, em todos os casos, a não identificação dos participantes. Algumas dessas fotografias encontram-se no Apêndice 20 e 21.

3.7 Procedimentos e técnicas de análise de dados

3.7.1 Análise de conteúdo

A análise de conteúdo é um método de análise de mensagens de comunicação visuais, verbais ou escritas (Cole, 1988, citado por Elo & Kyngäs, 2008, p.107). Foi aplicado pela primeira vez no século XVIII, para analisar uma diversidade de materiais textuais, tais como notícias em jornais e revistas, anúncios publicitários, discursos políticos, hinos, contos populares e adivinhas (Harwood & Garry, 2003, p. 479). Amado (2000) salienta que, durante a 2ª Guerra Mundial, este método foi utilizado "na análise de jornais, com o intuito de detetar indícios da propaganda nazi nos meios de comunicação norte-americanos [...]" (p.53). Stone et al. (1966), citados por Krippendorff (1980, p.46) referem que, embora a análise de conteúdo tenha a sua origem no jornalismo e na comunicação de massas, este método tem sido aplicado em outros campos, incluindo a psiquiatria, psicologia, história, antropologia, educação, filologia, análise literária e linguística.

A análise de conteúdo é um método versátil, aplicável tanto a dados de natureza qualitativa como quantitativa¹⁹ (Collis & Hussey, 2003, citados por Harwood & Garry, 2003, p.479). Os dados podem ser retirados a partir de diversos tipos de materiais textuais, como notas e atas de reuniões, cartas, memorandos, diários, discursos, notícias, cronogramas, avisos, bem como de materiais audiovisuais, incluindo filmes e programas de televisão. Também podem ser incluídas fontes visuais como imagens e anúncios, assim como respostas abertas a perguntas em questionários. Além destes, também se incluem os métodos tradicionais de recolha de dados, como as entrevistas e a observação direta (Robson, 1993, citado por Harwood & Garry, 2003, p.480).

De acordo com Leites e Pool (1942), citados por Krippendorff (1980) são várias as finalidades da análise de conteúdo: confirmar crenças pré-existentes, corrigir as "ilusões de ótica" dos especialistas, resolver divergências entre estes e formular e testar hipóteses sobre símbolos (p.45).

Segundo Bardin (1977), tratar "o material é codificá-lo" (p.103). A autora acrescenta que processo de codificação consiste numa "transformação" dos dados brutos do texto, realizada segundo "regras" bem definidas que, por "recorte, agregação e enumeração", permite obter uma "representação do conteúdo" ou da "sua expressão", suscetível de esclarecer o analista "acerca das características do texto" (p.103). Amado (2000) reforça que "tem de se definir, com antecedência, o que vamos considerar como «as características relevantes do conteúdo»; para isso deve servir o quadro de referência teórico." (p.55).

As fases do processo de codificação são, de forma geral, as seguintes: (1) Determinar as unidades de registo, que podem ser palavras-chave, frases, parágrafos, temas ou ideias (Amado, 2000, p.56); (2) Determinar as unidades de contexto. Esta etapa é fundamental para a correta interpretação do significado das unidades de registo, sem que se deixem de revelar as opiniões, atitudes e preocupações dos seus autores. Importa assegurar, em todas as fases da análise, a possibilidade de regressar ao contexto original de cada unidade de registo, de modo a esclarecer dúvidas que possam surgir durante o processo de recorte e agrupamento. Numa entrevista, por exemplo, a unidade de contexto pode ser a pergunta colocada; para uma palavra, a unidade de contexto pode ser a frase (Amado, 2000, p.56); (3) Definir a unidade de contagem. Trata-

¹⁹ Normalmente, a análise de conteúdo é considerada qualitativa nas fases iniciais do estudo, quando o foco está na exploração e interpretação dos dados. Contudo, torna-se quantitativa quando é utilizada para medir a frequência com que ocorrem os fenómenos em estudo (Harwood & Garry, 2003, p.480).

se de decidir sobre como contar (por exemplo, contabilizar todas as ocorrências de uma unidade dentro do mesmo contexto) e o que contar (nomeadamente, a presença ou ausência de determinadas unidades de registo; Amado, 2000, p.56); (4) Categorização. Este processo consiste na classificação e agrupamento das unidades de registo em categorias, com base em critérios previamente definidos. Numa primeira fase, procede-se à diferenciação dos elementos de acordo com as suas características específicas. Numa segunda etapa, esses elementos são agrupados em categorias que partilham características comuns, segundo um princípio de analogia (Bardin, 1977, p.117). Amado (2020) afirma, ainda, que poderá ser necessária a criação de subcategorias, as quais funcionam como um "recurso para explicitar melhor todo o sentido da categoria." (p.57).

Amado (2000, pp.57-58) defende que o investigador deve ter em consideração seis regras no decorrer das diferentes fases da codificação e nas sucessivas revisões dos resultados obtidos: exaustividade, exclusividade, homogeneidade, pertinência, objetividade e produtividade. Por sua vez, Bardin (1977, pp.120-121) propõe apenas cinco princípios, nomeadamente: exclusão mútua, homogeneidade, pertinência, objetividade e fidelidade, bem como a produtividade. Apesar de existirem algumas discrepâncias terminológicas entre os dois autores, os princípios enunciados revelam-se, na sua essência, bastante semelhantes. Amado (2000, pp.57-58) define o princípio da exaustividade como a escolha criteriosa de uma palavra-chave para a designação de cada categoria, bem como uma formulação rigorosa da respetiva definição. De igual modo, o sistema de categorias deve revelar-se exaustivo, integrando, na sua totalidade, todos os elementos considerados pertinentes para o presente estudo, conforme identificados no *corpus* documental. No que diz respeito ao princípio da exclusividade, Amado (2000) defende que cada unidade de registo não deve pertencer a mais do que uma categoria (p.58). Esta regra corresponde, na prática, ao princípio da exclusão mútua. Ambas se referem à mesma ideia. Nas palavras de Bardin (1977), "cada elemento não pode existir em mais de uma divisão" (p.120). De acordo com Amado (2000), o princípio da homogeneidade refere-se à necessidade de o sistema de categorias incidir sobre um único tipo de análise, devendo, por conseguinte, evitar-se a combinação de diferentes critérios de classificação. Também Bardin (1977) defende a mesma perspetiva, ao afirmar que "um único princípio de classificação deve governar a sua organização." (p.120). Para Amado (2000, p.58) e Bardin (1977, p.120), uma categoria é considerada pertinente quando é construída em função do material de análise selecionado e enquadrada no quadro teórico do estudo. O sistema categorial deverá, assim, refletir os objetivos do estudo, responder à(s) pergunta(s) formuladas pelo investigador e/ou corresponder às características das mensagens analisadas. De

acordo com Amado (2000), as categorias devem ser objetivas, evitando-se, tanto quanto possível, qualquer subjetividade. Para que possam ser aplicadas por diferentes investigadores de forma consistente, torna-se necessário proceder a uma definição sistemática dos critérios subjacentes às diversas decisões que ocorrem durante a fase de codificação (p.58). Bardin (1977), por seu lado, associa à objetividade o princípio da fidelidade, afirmando que "as diferentes partes de um mesmo material, ao qual se aplica a mesma grelha categorial, devem ser codificadas da mesma maneira, mesmo quando submetidas a várias análises" (p.120). Neste sentido, defende que eventuais desvios decorrentes da subjetividade dos codificadores, bem como na variabilidade dos seus juízos, podem ser evitadas se o responsável pela análise classificar e definir claramente as categorias (Bardin, 1977, p.120). Finalmente, o princípio de produtividade. De acordo com Amado (2000), este princípio pressupõe que o sistema de categorias possibilite uma "análise fértil, criadora de um discurso novo, mas adequado e coerente com os dados." (p.58). Também Bardin (1977, p.120) sublinha que as categorias serão consideradas produtivas se conduzirem a resultados frutíferos, nomeadamente no que respeita ao desenvolvimento de índices de inferência, de novas hipóteses e de dados precisos.

De acordo com Schreier (2012) é possível adotar diferentes estratégias no processo de desenvolvimento das categorias da análise de conteúdo, designadamente a *concept-driven*, a *data-driven* e a estratégia combinada (pp.84-94). No Apêndice 3, apresentam-se as respetivas estratégias.

3.7.1.1 As categorias da análise de conteúdo às entrevistas

Importa referir que o processo de desenvolvimento das categorias e das respetivas subcategorias de análise foi realizado manualmente. Para esse efeito, foram elaboradas tabelas/grelhas com recurso ao programa Microsoft Word:

Categoria 1 - Museu inclusivo

Nesta categoria incluem-se todos os dados que permitem contextualizar o conceito de inclusão social no âmbito museológico, reconhecendo tratar-se de uma temática de elevada relevância na atualidade e de uma preocupação crescente por parte dos museus. Pretende-se, deste modo, analisar de que forma a acessibilidade e a inclusão social são promovidas no Museu Bordalo Pinheiro e no Museu Calouste Gulbenkian. A Tabela 6, que se encontra em Apêndice 4, corresponde a esta categoria de análise.

Esta categoria é *concept-driven*. Importa recordar que a explicação do conceito de categoria *concept-driven* se encontra disponível no Apêndice 3.

Categoria 2 - Comunicação inclusiva

Nesta categoria incluem-se todos os dados que permitem compreender de que forma o Museu Bordalo Pinheiro e o Museu Calouste Gulbenkian comunicam com os seus públicos, em particular com pessoas com deficiências, pretendendo averiguar se as estratégias por si implementadas promovem uma maior inclusão de indivíduos com deficiências sensoriais. No Apêndice 4, é possível consultar a Tabela 7, que corresponde à categoria de análise 2.

Esta categoria é *concept-driven*.

Categoria 3 - A comunicação multissensorial

Nesta categoria incluem-se todos os dados que permitem compreender o conceito de comunicação multissensorial, com particular ênfase na sua aplicação em contexto museológico, equacionando o seu valor como estratégia para todos os públicos, especialmente para pessoas com deficiências sensoriais. No Apêndice 4, apresenta-se a Tabela 8 com as subcategorias correspondentes a esta categoria de análise.

Esta categoria é *concept-driven*.

Categoria 4 - As RP e a comunicação multissensorial

Nesta categoria estão reunidos todos os dados que permitem compreender se existe uma relação estratégica entre a função das RP e a comunicação multissensorial nos museus estudados. Em concreto, pretende-se identificar se são implementadas estratégias de comunicação previamente planeadas e destinadas a atrair diversos públicos para as exposições e programas multissensoriais, com especial foco na inclusão de públicos com deficiências sensoriais.

Esta categoria é de natureza *data-driven*. Cumpre salientar que a explicação relativa ao conceito de categoria *data-driven* se encontra disponível no Apêndice 3.

3.7.2 Análise descritiva

Será realizada uma análise descritiva do *clipping*, dos websites de ambos os museus em estudo e dos relatórios de observação das visitas guiadas. A análise descritiva do *clipping* e dos websites encontra-se apresentada no Capítulo 6 do presente documento.

Os relatórios de observação das visitas guiadas encontram-se nos Apêndices 16 e 17, sendo a respetiva análise descritiva apresentada nos Apêndices 18 e 19. Optou-se por incluir estes elementos em apêndice, uma vez que as observações foram realizadas apenas no Museu Calouste Gulbenkian, não tendo sido possível efetuar qualquer uma

no Museu Bordalo Pinheiro. Atendendo ao carácter comparativo do presente estudo, não é, portanto, viável inferir sobre eventuais diferenças a este nível entre os dois museus.

Cumprir referir que não foi possível realizar observações no Museu Bordalo Pinheiro devido a duas circunstâncias: a maioria das atividades potencialmente relevantes para o estudo ocorreu em datas em que a investigadora não pôde estar presente por motivos pessoais; algumas visitas agendadas para datas compatíveis com a sua disponibilidade não se concretizaram devido à ausência de participantes interessados.

Capítulo 4. Museu Bordalo Pinheiro

O Museu Bordalo Pinheiro, localizado no Campo Grande, em Lisboa, foi fundado por Arthur Ernesto de Santa Cruz Magalhães²⁰ - poeta, panfletário, crítico, humorista, e, simultaneamente, admirador e colecionador da obra de Rafael Bordalo Pinheiro (Museu Bordalo Pinheiro, s.d.a, s.d.b). Uma biografia do artista Bordalo Pinheiro, elaborada pela investigadora, encontra-se disponível no Apêndice 5.

4.1 História

Ao arquiteto Álvaro Machado, Cruz Magalhães solicitou, em 1913, um projeto para um edifício que deveria, por um lado, servir como sua casa particular e, por outro, servir como espaço destinado a expor a obra artística de Bordalo Pinheiro. Havia, no entanto, uma diretriz. O projeto deveria ser elaborado seguindo o estilo arquitetónico e decorativo da chamada "casa portuguesa"²¹ (Museu Bordalo Pinheiro, s.d.t).

Uma notícia publicada no jornal "O Occidente", a 20 de dezembro de 1914, sublinha que Cruz Magalhães destinou o rés-do-chão à instalação de uma escola, equipada com "todos os requintes modernos", e a uma habitação para a professora. O primeiro andar foi reservado para a fundação de um museu que, na época, se encontrava "em via de organização", dedicado às obras de Bordalo Pinheiro, artista de quem Cruz Magalhães se declarava "entusiasta admirador" (Museu Bordalo Pinheiro, s.d.e).

²⁰ "Artur Ernesto de Santa Cruz Magalhães (1864-1928) participou ativamente nos movimentos e círculos intelectuais da sua época, frequentados por poetas, humoristas, pintores e políticos. Foi autor de obras de cariz diverso, da literatura à poesia e à crítica. Casado duas vezes, sem descendência, dedicou a vida a causas políticas, sociais, culturais e filantrópicas, sendo olhado como um excêntrico. Sentimental em relação a aspetos simples da vida, tinha especial afeição aos animais, de que é exemplo a dedicação ao seu «fiel amigo Hermínio», um cão de raça Serra da Estrela." (Museu Bordalo Pinheiro, s.d.d).

²¹ Diversos jornais e revistas destacaram o projeto arquitetónico concebido por Álvaro Machado, elogiando tanto a obra como o seu autor (Museu Bordalo Pinheiro, s.d.e).

Quando foi inaugurado, a 6 de agosto de 1916, o Museu Bordalo Pinheiro ocupava, unicamente, três salas no primeiro andar do edifício (Museu Bordalo Pinheiro, s.d.b). O valor do bilhete revertia, alternadamente, a favor da Sociedade Portuguesa da Cruz Vermelha, da Cruzada das Mulheres Portuguesas e do Asilo de São João (Museu Bordalo Pinheiro, s.d.e).

Diferentes jornais, entre os quais o "Jornal do Comércio e das Colónias", na edição de 26 de abril de 1921, noticiaram que, entre janeiro e abril desse ano, o museu recebeu 1.610 visitantes, tendo gerado uma receita de 324,15 escudos. Em dezembro de 1921, uma notícia do "Diário de Lisbôa" informou que, até essa data, o museu havia recebido 6.568 visitantes, tendo as entradas gerado uma receita de 1.283,62 escudos (Museu Bordalo Pinheiro, s.d.e). O número de visitantes foi aumentando com o passar dos anos.

Em 1922, foram realizadas obras no edifício, as quais permitiram ampliar o espaço e criar mais salas expositivas (Museu Bordalo Pinheiro, s.d.b). A partir desse momento, o museu passou a acolher mostras de carácter temático, bem como conferências e as reuniões do Grupo de Amigos Defensores do Museu (Museu Bordalo Pinheiro, s.d.b).

4.1.1 Doação à Câmara Municipal de Lisboa

Cruz Magalhães pretendia doar o museu à Câmara Municipal de Lisboa. De acordo com uma notícia publicada pelo jornal "O Mundo", em 21 de outubro de 1922, o fundador pretendia doar "à cidade de Lisboa [...] o edifício situado na Alameda do Campo Grande, com todo o recheio da obra desenhada" de Bordalo Pinheiro, doação esta avaliada em mais de 250.000 contos (Museu Bordalo Pinheiro, s.d.e).

Algumas semanas depois, Cruz Magalhães informou a Câmara Municipal de Lisboa sobre as "cláusulas do contrato" de transferência do Museu Bordalo Pinheiro. Contudo, foi apenas em 1924 que a Câmara Municipal de Lisboa aceitou formalmente a doação. A transferência do acervo foi amplamente divulgada pela comunicação social da época (Museu Bordalo Pinheiro, s.d.e). Segundo uma notícia publicada pela revista "Ilustração Portuguesa", o Museu Bordalo Pinheiro possuía, na época, um valioso acervo, cerca de 1 462 desenhos e aquarelas originais de Rafael Bordalo Pinheiro, 2 823 reproduções de sua autoria, 201 peças de cerâmica representativas da sua obra, 523 volumes de livros e publicações diversas e centenas de recortes de jornais de diversas partes do mundo, nomeadamente Portugal, Brasil e França que, em algum momento, abordaram a vida e obra de Bordalo Pinheiro (Museu Bordalo Pinheiro, s.d.e).

Já sob a administração da Câmara Municipal de Lisboa, foram realizadas obras que implicaram o encerramento temporário do museu, o qual reabriu em 1926. O acervo foi, então, enriquecido com novos elementos, fruto de aquisições realizadas pelo museu,

bem como de doações feitas por familiares do artista e por colecionadores particulares. O espólio foi alargado, passando a incluir, além da obra de Bordalo Pinheiro e do seu filho, Manuel Gustavo, uma coleção de cerâmica. Foi, igualmente, criada uma biblioteca especializada (Museu Bordalo Pinheiro, s.d.b).

Após o falecimento de Cruz Magalhães, no ano de 1928, Julieta Ferrão assumiu a direção do museu, atribuindo ao Grupo de Amigos Defensores, a responsabilidade pela promoção da obra de Bordalo Pinheiro. Em 1942, o museu foi integrado no recém-criado Serviço de Museus do Município e, em 1962, passou a ser gerido em conjunto com o Museu da Cidade e o Museu Antoniano. Em 1992, a construção de um novo edifício na zona posterior do museu visou solucionar os problemas de falta de espaço da moradia original, além de proporcionar a criação de uma galeria de exposições temporárias. Contudo, em 1999, o museu enfrentou graves problemas estruturais devido à edificação de um imóvel em terrenos contíguos. Tal situação levou ao seu encerramento temporário para obras. O museu reabriu ao público em 2005, após uma requalificação profunda do museu e da área envolvente, adotando um novo programa museológico fundamentado na atualização da investigação realizada. Os suportes expositivos foram concebidos de maneira a permitir a rotatividade da coleção, possibilitando, assim, a renovação cíclica da exposição permanente e, simultaneamente, a divulgação deste vasto acervo ao público (Museu Bordalo Pinheiro, s.d.b).

Em 2016, o referido Museu transitou de tutela, da Câmara Municipal de Lisboa para a Empresa de Gestão de Equipamentos e Animação Cultural (EGEAC). Já sob a tutela desta, foi possível aumentar a oferta ao nível da programação e construir a sala da paródia, destinada a mostras temporárias e outras atividades (Museu Bordalo Pinheiro, s.d.b).

4.1.1.1 A EGEAC

Em agosto de 1995, a Câmara Municipal de Lisboa criou a empresa "Equipamentos dos Bairros Históricos de Lisboa" (EBAHL). Entre os seus objetivos destacavam-se a atração e fixação da população nos bairros históricos, a reabilitação e transformação dos grandes equipamentos - edifícios ou conjuntos edificados - e o desenvolvimento de programas culturais (Lisboa Cultura, s.d.). Em 2003, ocorreu, todavia, uma mudança. O nome "Equipamentos dos Bairros Históricos de Lisboa" foi alterado para "Empresa de Gestão de Equipamentos e Animação Cultural" (EGEAC). Além disso, a sua estratégia foi alterada, expandindo a atividade da empresa dos bairros históricos para uma escala

mais ampla, a da cidade²² (Lisboa Cultura, s.d.). Em 2024, ano de celebração do 30.º aniversário, a EGEAC passou a chamar-se "Lisboa Cultura" (Lisboa Cultura, s.d.).

De acordo com a sua Proposta de Estatutos, a EGEAC é "uma pessoa coletiva de direito privado, sob a forma de sociedade anónima de capitais exclusivamente públicos". Foi criada pela Câmara Municipal de Lisboa, "goza de personalidade jurídica e é dotada de autonomia administrativa, financeira e patrimonial". Segundo a mesma Proposta de Estatutos, é missão da EGEAC "promover o acesso diversificado e qualificado aos bens e serviços" culturais, "estimular a criação artística, valorizar o património cultural", incentivar o aumento e a "formação de públicos, bem como potenciar o diálogo entre a cidade e os seus diversos públicos, locais, nacionais e internacionais, contribuir para o desenvolvimento do turismo cultural na cidade, promover uma cultura de rede entre os equipamentos e espaços" sob a sua tutela e entre estes e as entidades congéneres da cidade (Boletim Municipal, Câmara Municipal de Lisboa, 2013). Importa referir que a EGEAC desenvolve "uma programação multidisciplinar, abrangente, inclusiva e democrática, procurando ser um agente ativo e recetivo, tanto na esfera contemporânea como na mais popular e tradicional" (Lisboa Cultura, s.d.).

4.2 A coleção e as exposições

O acervo do museu inclui, além da obra artística de Bordalo Pinheiro, a obra do seu filho, Manuel Gustavo. É composto por cerca de 13.200 elementos, que se encontram organizados em diferentes categorias (Museu Bordalo Pinheiro, s.d.f):

Nome da coleção	Descrição
Azulejaria	É composta por peças produzidas na Fábrica de Faianças das Caldas da Rainha. Entre as cerca de 100 peças reunidas, encontram-se tanto azulejos avulsos como painéis. A coleção distingue-se pela diversidade de estilos, com padrões revivalistas, naturalistas e arte nova (Museu Bordalo Pinheiro, s.d.f).
Cerâmica	Existem cerca de 1000 peças de cerâmica, incluindo pratos decorativos, jarras zoomórficas, bustos satíricos e peças escultóricas. Uma parte são exemplares únicos, e outra parte são produções em série da Fábrica de Faianças das Caldas da Rainha. Além de peças produzidas por Bordalo Pinheiro e por Manuel Gustavo, existem peças de artistas caldenses, como Maria dos Cacos e Manuel Cipriano Gomes, conhecido como "o Mafra" (Museu Bordalo Pinheiro, s.d.f).

²² Para conhecer mais sobre a história da EGEAC, poderá ser consultado o seguinte link: <https://egeac.pt/sobre/>.

Desenho	Existem mais de 2.600 obras, as quais são desenhos originais de Bordalo Pinheiro e de Manuel Gustavo. A coleção é composta, em grande parte, por desenhos humorísticos, mas inclui, também, apontamentos "ao vivo", estudos preparatórios para publicação em jornais, ilustrações e figurinos para teatro. Estão incluídos, também, desenhos de outros criadores, entre os quais se destacam Columbano Bordalo Pinheiro, Francisco Valença e Stuart Carvalhaes (Museu Bordalo Pinheiro, s.d.f).
Gravura	É composta, principalmente, por páginas litografadas provenientes dos jornais humorísticos que Bordalo Pinheiro fundou e dirigiu. A coleção reflete a vasta colaboração do artista em periódicos nacionais e estrangeiros, bem como a sua produção gráfica diversificada, incluindo ilustrações, folhas volantes, capas para encadernação, publicidade, embalagens, entre outros trabalhos. Entre as cerca de 3.300 obras, estão representadas diversas técnicas de gravura (Museu Bordalo Pinheiro, s.d.f).
Pinturas e têxteis	É composta, principalmente, por obras de Bordalo Pinheiro, com destaque para temas que abordam tipos populares, projetos decorativos e publicidade. Entre as 100 pinturas e têxteis, estão representadas várias técnicas, destacando-se, sobretudo, a aquarela (Museu Bordalo Pinheiro, s.d.f).
Fotografia	Inclui imagens captadas em estúdio por fotógrafos conhecidos, bem como fotografias ao ar livre realizadas por fotógrafos amadores. Entre as 1.800 fotografias que compõem esta coleção, destacam-se fotografias provenientes de mais de 100 estúdios fotográficos, que ficavam situados, sobretudo, em Lisboa, Porto, Paris e Rio de Janeiro (Museu Bordalo Pinheiro, s.d.f).
Equipamentos e utensílios	É composto por materiais e instrumentos de trabalho utilizados por Bordalo Pinheiro e pelo seu filho, Manuel Gustavo (Museu Bordalo Pinheiro, s.d.f).
Acervo documental	Composto maioritariamente por correspondência, postais ilustrados, anotações, agendas, registos contabilísticos e documentos oficiais, que não só refletem o universo profissional e artístico de Bordalo Pinheiro, mas também o seu contexto familiar e afetivo. Esta categoria inclui, ainda, 3 subcategorias: a de Cruz Magalhães, correspondente ao período de 1914 a 1928; a do Grupo de Amigos Defensores do Museu, referente aos anos de 1920 a 1945; e a de Julieta Ferrão. No total, o acervo documental é composto por cerca de 3.250 documentos (Museu Bordalo Pinheiro, s.d.f).

O museu dispõe, ainda, de uma biblioteca especializada, que reúne periódicos da época e obras de referência essenciais para o estudo do contexto histórico e artístico de Bordalo Pinheiro (Museu Bordalo Pinheiro, s.d.f).

O museu apresenta uma exposição permanente intitulada "Bordalo Decorador", que foi desenvolvida por Pedro Bebiano Braga, para dar a conhecer os trabalhos decorativos e de mobiliário produzidos pelo artista Bordalo Pinheiro (Museu Bordalo Pinheiro, s.d.g). O museu dispõe, ainda, de três mostras temporárias. A primeira, intitulada "Bordalo em Trânsito", está organizada em três núcleos temáticos: "Bordalo ao Espelho", "Zé Povinho, Identidade e Política" e "Bordalo à Mesa" (Museu Bordalo Pinheiro, s.d.h). A segunda mostra, "O Humor Unido Jamais Será Vencido", reúne sobretudo desenhos publicados na imprensa por alguns dos mais influentes cartoonistas do país, incluindo António, Cid, João Abel Manta, José Vilhena, Sam e Vasco. Esta pretende apresentar, através de uma abordagem descontraída mas perspicaz, um período conturbado da história de Portugal (Museu Bordalo Pinheiro, s.d.i). A exposição itinerante, "O Jogo da Política Moderna!", oferece uma perspetiva crítica e bem-humorada sobre a I República Portuguesa, através do desenho e da caricatura política e social da época. A terceira exposição, "Bordalo à moda do Japão", foi concebida no contexto da programação Osaka 2025. Trata-se de uma exposição-instalação que explora a influência do Japonismo na obra de Bordalo.

O museu oferece também duas mostras virtuais: "Manuel Gustavo Bordalo Pinheiro (1867-1920)", que está disponível na plataforma Google Arts & Culture (Museu Bordalo Pinheiro, s.d.q) bem como "Lisboa de Bordalo Story Map", criada com o apoio do ArcGIS StoryMaps. Esta última apresenta um mapa interativo que permite explorar os locais da capital que serviram de inspiração ao artista, proporcionando uma imersão na sua visão crítica e satírica da sociedade lisboeta da época²³ (Museu Bordalo Pinheiro, s.d.k).

4.3 Acessibilidade e inclusão social

No que diz respeito à acessibilidade física, o Museu Bordalo Pinheiro implementou várias medidas que visam garantir condições adequadas a todos os visitantes. Entre estas, destacam-se: a disponibilização de lugares de estacionamento para pessoas com necessidades específicas; na entrada do museu há uma rampa com corrimão do lado direito; o acesso ao piso superior é assegurado por um elevador monta-cargas; uma casa de banho adaptada, localizada no rés-do-chão, junto à bilheteira; é disponibilizada uma cadeira de rodas para os visitantes que dela necessitem; as portas de entrada dos edifícios são automáticas; o balcão da bilheteira possui uma altura de 75 centímetros; o espaço expositivo apresenta áreas de circulação amplas, adequadas tanto a cadeiras de rodas elétricas como a carrinhos de bebé. Adicionalmente, os colaboradores da

²³ Para saber mais sobre cada uma das mostras, poderá consultar a página: <https://museubordalopinheiro.pt/exposicoes/>

bilheteira recebem formação específica, de modo a assegurarem um atendimento adequado a pessoas com necessidades específicas (Museu Bordalo Pinheiro, s.d.q).

O valor de entrada no museu é de 3,00€, podendo ser aplicados descontos. Jovens entre os 13 e os 25 anos, não residentes no concelho de Lisboa, pagam 1,50€; indivíduos com idade igual ou superior a 65 anos, não residentes no concelho de Lisboa, pagam 2,60€; e pessoas com deficiência, com grau de incapacidade superior a 60%, mediante comprovativo, pagam também 2,60€, estando prevista isenção para os respetivos acompanhantes. Para além destes casos, há outras situações em que o acesso ao museu é gratuito²⁴ (Museu Bordalo Pinheiro, s.d.l).

Conforme consta no website do Museu Bordalo Pinheiro, este disponibiliza diversos recursos acessíveis com vista a enriquecer a visita daqueles que optam por efetuar uma visita autónoma. Entre esses recursos, destacam-se o documento preparatório da visita; o guia ilustrado com fotografias e linguagem simples, que facilita a familiarização com o museu e as suas normas de funcionamento; o guião pictográfico, escrito em linguagem simplificada e impresso com texto ampliado; o guia com audiodescrição, que apresenta descrições-áudio das peças, proporcionando uma experiência acessível a pessoas com deficiência sensorial; desenhos impressos em relevo e em braille, destinados a pessoas com deficiência visual; peças em cerâmica originais da Fábrica Bordalo Pinheiro para manuseio (Museu Bordalo Pinheiro, s.d.q).

O museu desenvolve programação dirigida a diferentes públicos, incluindo o público escolar e o público em geral, nomeadamente crianças, jovens, adultos, famílias e grupos organizados. No que diz respeito às escolas, as visitas guiadas podem ser adaptadas a todos os níveis de ensino, incluindo o ensino especial. Tanto as oficinas pedagógicas como as oficinas de expressão artística podem ser adaptadas a diferentes públicos e níveis de ensino. Com base nas informações previamente fornecidas pelos professores sobre as características específicas do grupo, a equipa do museu procede à planificação da visita, garantindo que é realizada de acordo com as necessidades dos participantes (Museu Bordalo Pinheiro, s.d.n). Para o público em geral, a oferta educativa do museu inclui visitas informais e temáticas, oficinas, cursos, tertúlias, bem como apresentações e espetáculos (Museu Bordalo Pinheiro, s.d.m). O museu promove, ainda, atividades acessíveis para os públicos com NEE: pessoas com deficiências sensoriais, pessoas neurodivergentes, entre outros (Museu Bordalo Pinheiro, s.d.p). A Tabela 8, apresentada no Apêndice 7, reúne a totalidade das atividades inclusivas disponibilizadas pelo museu.

²⁴ Para obter informações sobre as condições de acesso gratuito, poderá ser consultada a seguinte página: <https://museubordalopinheiro.pt/bem-vindo-ao-museu-bordalo-pinheiro/>

É de referir também que o Museu Bordalo Pinheiro promove um ambiente de diálogo e escuta ativa, incentivando a partilha de opiniões, ideias e expectativas. Professores, mediadores e técnicos de educação e cultura, técnicos das Juntas de Freguesia, das instituições e associações, podem inscrever-se nos 'Diagnósticos Bordalianos: Diversidade e Inclusão'. Este programa permite conhecer as exposições do museu, os programas e atividades em desenvolvimento, partilhar expectativas e objetivos, e colaborar na criação de novas iniciativas conjuntas, garantindo que todos os públicos, independentemente das suas características específicas, possam visitar o museu e sentir-se incluídos (Museu Bordalo Pinheiro, s.d.o).

O museu implementa, igualmente, projetos de continuidade, resultantes de parcerias com escolas, associações e entidades locais, com vista à criação de espaços de partilha e reflexão sobre a sociedade, fundamentados na visão artística e na crítica humorística de Bordalo Pinheiro.²⁵ (Museu Bordalo Pinheiro, s.d.s).

Importa salientar que o museu integra a Comissão Social de Freguesias de Alvalade, uma rede de proximidade cujo objetivo é otimizar os recursos disponíveis na freguesia e proporcionar respostas sociais ajustadas às necessidades da população.

4.4 Canais de comunicação

O Museu Bordalo Pinheiro recorre a uma variedade de canais para comunicar com os públicos, nomeadamente o website, a newsletter e as redes sociais. Está presente no Facebook, no Instagram, no LinkedIn - embora sem conteúdos publicados - no Twitter e no YouTube. Adicionalmente, encontra-se em plataformas como o TripAdvisor, embora não publique novos conteúdos neste último canal desde o ano de 2018. No Capítulo 6, dedicado à apresentação e análise dos resultados, proceder-se-á a uma análise mais aprofundada de alguns destes canais.

²⁵ Para conhecer os projetos de continuidade desenvolvidos pelo museu, consulte: <https://museubordalopinheiro.pt/atividade/projetos-de-continuidade/>

Capítulo 5. Museu Calouste Gulbenkian

A Fundação Calouste Gulbenkian, criada por Calouste Sarkis Gulbenkian em testamento datado de 18 de junho de 1953, com que faleceu a 20 de julho de 1955, foi homologada pelo Estado Português, a 18 de julho de 1956. Trata-se de uma "instituição particular de utilidade pública geral, com sede em Lisboa, perpétua e dotada de personalidade jurídica, com fins caritativos, artísticos, educativos e científicos"²⁶ (Diário do Governo, 1956). No Apêndice 6, encontra-se uma biografia de Gulbenkian, elaborada pela investigadora.

5.1 História

O Museu Calouste Gulbenkian foi inaugurado no dia 2 de agosto de 1969, data em que foi inaugurado o complexo arquitetónico da Fundação. Este complexo arquitetónico é composto pelo edifício-sede, que inclui, além do museu²⁷, as reservas, a sala de conferências, os serviços técnicos e administrativos, a biblioteca, a cafetaria e a loja²⁸ (Fundação Calouste Gulbenkian, 2022, s.d.a). O complexo encontra-se rodeado por uma área verde com amplos relvados, lagos e um anfiteatro ao ar livre (Fundação Calouste Gulbenkian, s.d.a).

Em 1959, a administração da Fundação Calouste Gulbenkian lançou um convite a três equipas de arquitetos, desafiando-as a apresentar propostas para o novo complexo arquitetónico. O "caderno de encargos" estipulava que o edifício deveria constituir "uma perpétua homenagem à memória" do fundador e refletir os "traços fundamentais do seu caráter - espiritualidade concentrada, força criadora e simplicidade de vida" (Fundação Calouste Gulbenkian, s.d.a).

Entre as três propostas submetidas a concurso, foi selecionada a ideia elaborada pela equipa de arquitetos composta por Ruy Jervis d'Athouguia, Pedro Cid e Alberto Pessoa. A proposta desta equipa destacou-se pela sua plena adesão às diretrizes da Fundação, apresentando "um conjunto arquitetónico de grande unidade, sóbrio e digno" (Fundação Calouste Gulbenkian, s.d.a). Recorreu-se, ainda, a um vasto leque de especialistas de várias áreas, incluindo nomes como Franco Albini, Georges-Henri Rivière, entre outros, que ficaram sob a coordenação da equipa vencedora (Fundação

²⁶ Para consultar o Decreto-Lei que aprovou a criação da Fundação Calouste Gulbenkian, poderá aceder ao seguinte link:

https://cdn.gulbenkian.pt/wpcontent/uploads/2020/04/10971100_DRE_EstatutosFCG.pdf

²⁷ Para além da galeria da exposição permanente, o Museu Calouste Gulbenkian dispõe igualmente de uma sala destinada a exposições temporárias (Fundação Calouste Gulbenkian, 2022).

²⁸ "O edifício da Fundação Calouste Gulbenkian foi distinguido com o Prémio Valmor, em 1975, e classificado Monumento Nacional, em 2010 (Fundação Calouste Gulbenkian, s.d).

Calouste Gulbenkian, 2022, s.d.a). A área verde circundante ao complexo foi concebida pelos arquitetos paisagistas Gonçalo Ribeiro Telles e António Viana Barreto (Fundação Calouste Gulbenkian, s.d.a).

As primeiras seleções das peças a integrar a mostra foram efetuadas por Maria José de Mendonça, então diretora do Serviço de Belas-Artes e Museu²⁹. Entre 1956 e 1958, dedicou-se ao estudo do acervo Gulbenkian, organizando os itens por grupos, elaborando inventários dos itens a expor e definindo o programa de instalação do museu. Além disso, elencou aspetos de carácter museológico, como a climatização e a segurança, e apresentou propostas pioneiras no domínio da ação cultural, delineando os princípios orientadores para a gestão do espaço expositivo e a sua interação com o público (Fundação Calouste Gulbenkian, 2022).

O acervo, exposto ou conservado nas reservas, é composto quase exclusivamente pelas aquisições feitas por Gulbenkian durante mais de 50 anos da sua vida, entre a última década do século XIX e o ano de 1953. São exceções, por terem sido adquiridas posteriormente pelo museu, algumas peças que estabelecem uma relação evidente com as obras de arte que o colecionador adquiriu. Importa ainda destacar que o elenco de peças a expor sofreu alterações até à concretização final do museu, o que é compreensível tendo em conta a complexidade do projeto, nomeadamente: a diversidade de culturas representadas, dado que o Colecionador orientou a escolha das peças segundo o seu gosto pessoal, sem a intenção de representar épocas ou regiões específicas; o vasto espetro temporal, que abrange desde o Antigo Egito até à arte europeia ocidental dos anos 30; e as constantes alterações à programação, à medida que o estudo das peças, realizado por especialistas estrangeiros, avançava (Fundação Calouste Gulbenkian, 2022).

Em 1999, decidiu-se fazer mudanças ao nível da museografia, dado que haviam passado trinta anos desde a inauguração do museu. Era necessário substituir alguns dos aparatos técnicos, como o ar condicionado e a iluminação, além de melhorar a acessibilidade física do museu, instalando um elevador e eliminando outros obstáculos para pessoas com mobilidade reduzida. O projeto foi atribuído a Paul Vanderbotmermet com as obras a serem parcialmente financiadas pelo Programa Operacional de Cultura (POC). O museu foi encerrado no dia 3 de outubro de 1999, reabrindo a 20 de julho de 2001 (Fundação Calouste Gulbenkian, 2022).

²⁹ Antes de assumir estas funções, Maria José de Mendonça desempenhara funções como conservadora do Museu Nacional de Arte Antiga, até 1956 (Fundação Calouste Gulbenkian, 2022).

Em Portugal, a coleção "é única na diversidade de culturas que documenta, e o tipo de objetos artísticos expostos, muitas vezes representados em museus dos países de onde são oriundos, tem aqui, reconhecidamente, uma qualidade superior, que desperta o interesse do público internacional." (Fundação Calouste Gulbenkian, 2022). Nesse sentido, o museu foi reconhecendo progressivamente a importância da sua divulgação além-fronteiras, o que levou à dinamização de mostras internacionais (Fundação Calouste Gulbenkian, 2022). Entre essas iniciativas destaca-se a cedência de uma parte das joias de René Lalique para museus em Londres (1961), em Bruxelas (1965) e em Ostende (1967). Posteriormente, com o encerramento da Sala Lalique para obras de remodelação, entre 1985 e o início de 1996, surgiu a oportunidade de ceder algumas joias deste artista para mostras dedicadas à sua obra e à joalheria da sua época. Estas mostras realizaram-se entre 1986 e 1992 em vários países como os Estados Unidos, a Inglaterra, a Alemanha, a França e o Japão. Posteriormente, durante o encerramento total do museu entre 1999 e 2001, algumas das suas obras foram apresentadas em museus e palácios de prestígio internacional, nomeadamente no Metropolitan Museum of Art de Nova Iorque (1999-2000), no Palácio de Versalhes (2000) e na Fundación Santander Central Hispano, em Madrid (2001; Fundação Calouste Gulbenkian, 2022). Os núcleos de arte islâmica, compostos por livros, vidros, cerâmicas, tapetes e têxteis, foram apresentados em Abu Dhabi em 2004, bem como no sultanato de Omã em 2006. Nesse mesmo ano, os livros do Oriente e da Europa, integraram uma mostra no Museu Sakip Sabanci, em Istambul (Fundação Calouste Gulbenkian, 2022). Em 2009, a mostra "Henri Fantin-Latour", após a sua exibição em Lisboa, seguiu para o Museo Nacional Thyssen-Bornemisza, em Madrid. Por sua vez, a mostra "Lisboa. Memórias de Outra Cidade", inspirada na obra "Istambul, Memórias de Uma Cidade", de Orhan Pamuk, foi concebida exclusivamente para o Museu Sakip Sabanci, no âmbito da visita oficial do Presidente da República de Portugal à Turquia (Fundação Calouste Gulbenkian, 2022). Posteriormente, foram organizadas exposições temporárias, algumas propostas por entidades externas e outras por iniciativa do próprio museu. São exemplos disso, e com grande destaque mediático, as exposições "História Partilhada" (2014), "A Perspectiva das Coisas" - dividida em duas partes: 2010 e 2011 - ou "O Brilho das Cidades: A Rota do Azulejo" (2013) (Fundação Calouste Gulbenkian, 2022).

Ao longo dos anos, o museu tem desenvolvido diversos programas educativos e culturais. Entre estes, destacam-se os de curta duração, como as visitas orientadas, os de fim de semana ou os de férias destinados às crianças e às suas famílias, e os relacionados com efemérides, ligados à instituição ou às culturas e artistas representados. É de destacar os projetos de longa duração, desenvolvidos em parceria

com associações culturais e de acolhimento, instituições de ensino, e instituições das áreas da saúde e da solidariedade social (Fundação Calouste Gulbenkian, 2022).

Destacam-se, ainda, outros projetos e iniciativas, como as mostras temáticas itinerantes ou fixas, realizadas em parceria com outras entidades ou diretamente no museu; oficinas técnicas e de expressão criativa; concursos destinados a todos os públicos; concertos musicais e de grupos corais infantis; peças teatrais relacionadas com as culturas representadas no museu, como "A Peregrinação", de Fernão Mendes Pinto, e as "Fábulas de La Fontaine"; cursos de sensibilização ou formação para profissionais de ação educativa, de museus, de saúde e de turismo; programas para públicos com NEE e para minorias étnicas; e programas para pessoas em risco de exclusão social e reclusos (Fundação Calouste Gulbenkian, 2022).

No final do ano 2015, por decisão do conselho administrativo da Fundação, ocorreu uma mudança na gestão e estratégia de funcionamento dos dois museus da Fundação: o Museu Calouste Gulbenkian e o Centro de Arte Moderna (CAM). Passaram a operar de forma integrada, sob a designação de Museu Calouste Gulbenkian, sendo liderados por uma diretora, Penelope Curtis. Esta mudança levou também à fusão das equipas, preservando-se, contudo, a distinção espacial e a narrativa específica de cada coleção, denominadas 'Coleção do Fundador' e 'Coleção Moderna'. Para fomentar uma "atenção renovada às mesmas" criou-se um bilhete único (Fundação Calouste Gulbenkian, 2022).

Importa referir que, com a unificação do serviço educativo, foi feita uma aposta na aproximação dos projetos de ambas as coleções. Paralelamente, iniciou-se uma redução progressiva do número total de projetos em cartaz para otimizar os recursos disponíveis e fomentar uma maior articulação com os restantes serviços educativos da Fundação. Esta estratégia resultou, segundo a própria Fundação Calouste Gulbenkian, "numa maior taxa de ocupação em cada atividade". Foram igualmente desenvolvidos esforços no sentido de tornar o museu acessível a um público mais diversificado. Nesse domínio, foi realizado trabalho tanto na vizinhança, através do projeto "O Nosso Km²", como em áreas geograficamente mais distantes. O museu investiu na "consolidação da reputação" das suas atividades dirigidas a públicos com NEE e na análise do acervo de arte islâmica "numa perspetiva de aproximação às comunidades muçulmanas residentes em Portugal" (Fundação Calouste Gulbenkian, 2022).

Importa referir, ainda, que o principal público do museu são as escolas, abrangendo todos os níveis de ensino, desde o pré-escolar ao ensino superior, incluindo igualmente as universidades sêniores³⁰.

Relativamente à afluência de público ao museu, alguns dados são conhecidos. O número de visitantes aumentou de 91.691, em 1970, para 157.053, em 2005. Em 2015, registou-se um total de 217.062 visitantes e, em 2017, um total de 457.300, registando um aumento de 6% face ao ano anterior (Fundação Calouste Gulbenkian, 2022).

5.2 A coleção e as exposições

O museu possui um acervo com mais de 6 000 obras e artefactos, adquiridos por Gulbenkian entre o final do século XIX e meados do século XX. Estes itens encontram-se organizados em diversos núcleos, nomeadamente Arte Egípcia, Greco-Romana, Mesopotâmica, Oriente Islâmico, Arménia e Extremo Oriente. No que se refere à Arte Ocidental, destacam-se os núcleos de Escultura, Arte do Livro, Pintura, Artes Decorativas francesas do século XVIII e as joias de René Lalique (Museu Calouste Gulbenkian, 2020).

A mostra permanente foi estruturada segundo critérios cronológicos e geográficos, os quais delinearão, no âmbito de um percurso global, dois circuitos independentes. O percurso tem início no núcleo dedicado à Arte Egípcia, seguindo-se o núcleo de Arte Greco-Romana e Mesopotâmica. O visitante é, então, conduzido ao núcleo do Oriente Islâmico, com uma passagem pela Arte da Arménia e do Extremo Oriente. O segundo percurso é dedicado à Arte Europeia. Ao longo deste circuito, o visitante tem a oportunidade de explorar uma rica diversidade de obras que representam as distintas correntes artísticas europeias, desde o século XI até meados do século XX. A mostra inicia com um conjunto de marfins e livros manuscritos iluminados, que introduzem o visitante no esplendor das artes do livro medieval. Segue-se um conjunto notável de esculturas e pinturas dos séculos XV, XVI e XVII, destacando-se numerosas obras do período do Renascimento. A sala subsequente é dedicada à arte do século XVIII francês, um período de grande riqueza para as Artes Decorativas, com ênfase em ourivesaria e mobiliário, bem como nas expressões da pintura e escultura desta época. A evolução do gosto e das tendências artísticas dos séculos XVIII e XIX continua nas galerias seguintes, onde se destacam obras de Francesco Guardi na pintura, um conjunto

³⁰ Num inquérito realizado em 2016, as atividades escolares foram avaliadas de forma globalmente positiva, refletindo-se numa elevada taxa de fidelização. De facto, 72% das escolas inquiridas afirmaram ter visitado o museu mais do que uma vez durante o mesmo ano. A restante programação foi, sobretudo, visitas e atividades para o público adultos, bem como oficinas criativas para famílias, crianças e jovens³⁰ (Fundação Calouste Gulbenkian, 2022).

representativo da pintura inglesa dos séculos XVIII e XIX, e exemplares de escultura e pintura do século XIX francês. O percurso culmina com a exibição de um importante núcleo de joias e vidros de René Lalique, que têm lugar numa sala dedicada (Fundação Calouste Gulbenkian, s.d.a).

5.3 Acessibilidade e inclusão social

O edifício-sede e parte do jardim encontram-se adaptados para acolher visitantes com mobilidade reduzida. Existem diversas rampas, tanto no exterior como no interior, bem como plataformas elevatórias e elevadores, que podem ser utilizados mediante o apoio de um elemento da equipa de segurança. No parque de estacionamento, existem lugares reservados, situados junto aos elevadores, destinados a viaturas de pessoas com mobilidade reduzida. Importa ainda referir que existem, em algumas áreas, pisos táteis e que as casas de banho públicas estão devidamente equipadas e preparadas para responder às necessidades dos visitantes com cadeira de rodas ou com mobilidade reduzida (Fundação Calouste Gulbenkian, s.d.d).

No que diz respeito à acessibilidade intelectual e social, o museu tem demonstrado um compromisso sólido com a inclusão. "O Museu Calouste Gulbenkian, através do seu serviço educativo, criado na década de 1970, desde cedo encontrou no trabalho com jovens, e em particular com jovens com necessidades educativas específicas, um pilar da sua ação pedagógica" (Brandão, 2023).

O departamento de Mediação Cultural e Estratégia Digital conta com uma equipa de mediadores especializados nas diferentes áreas das NEE. Esses colaboradores são responsáveis pelo acolhimento dos visitantes nas mostras permanentes e temporárias, mas também no desenvolvimento de projetos educativos e de investigação direcionados para a mediação cultural. Entre 2021 e 2023, o museu participou num projeto intitulado, "I AM - Inclusive and Accessible Museums", desenvolvido no domínio do Programa Europeu Erasmus+. Este projeto teve como principal intuito promover a inclusão e a acessibilidade em museus, estabelecendo uma rede de colaboração entre diversas instituições culturais europeias. Além do Museu Calouste Gulbenkian, o projeto contou com a participação de outras cinco entidades: o Mu-zee-um (Bélgica), a Fundação do Muro de Berlim (Alemanha), o MUSAC – Museu de Arte Contemporânea de Léon (Espanha), o VABUMU – Museu das Ocupações e da Liberdade (Estónia) e o creACTive (Macedónia do Norte). No decorrer do projeto, os parceiros realizaram uma série de encontros, tanto presenciais como online, nos quais partilharam e debateram diversas metodologias de trabalho. O intuito principal dessas sessões foi responder a uma questão: "Como encorajar a participação cultural e tornar as instituições culturais mais

atrativas e inclusivas para os jovens em contextos de vulnerabilidade?". "Identificada a necessidade de se trabalhar em profundidade com o público jovem, e de proceder a uma investigação renovada e a uma testagem de metodologias pedagógicas atualizadas junto deste público em particular, foram acordados dois eixos de trabalho para todo o grupo de parceiros." (Brandão, 2023).

O primeiro eixo de trabalho centrou-se no desenvolvimento, avaliação e testagem de diferentes modelos de experiências virtuais direcionadas aos jovens, com o propósito de promover a sua participação cultural. Este esforço resultou na criação de cinco tipologias distintas de experiências virtuais: visita interativa ao vivo, visita interativa pré-gravada, perspetivas ao vivo, perspetivas pré-gravadas e sala de aula virtual. Dentro deste eixo, o Museu Calouste Gulbenkian desenvolveu e implementou a metodologia para a sala de aula virtual, com a atividade "Curador por um Dia" (Brandão, 2023). "Os conteúdos destas atividades revelaram-se suficientemente flexíveis para permitir aos públicos jovens em situações diversas de vulnerabilidade – física, social ou intelectual – uma fruição e a participação cultural plenas." (Brandão, 2023).

O segundo eixo dizia respeito à criação de ferramentas sensoriais voltadas para jovens com deficiência intelectual. Este eixo teve como foco principal a mediação das coleções e do património, utilizando estímulos que envolvessem os cinco sentidos do corpo humano - visão, audição, tato, olfato e paladar - para proporcionar uma experiência mais inclusiva e sensorialmente rica (Brandão, 2023).

Uma vez que o Museu Calouste Gulbenkian já possuía experiência no trabalho com públicos com NEE, em particular com deficiência intelectual, direcionou a sua investigação para o desenvolvimento de materiais pedagógicos que facilitassem este tipo de mediação, promovendo uma aproximação sensorial à coleção (Brandão, 2023).

Enquanto a grande parte dos parceiros desenvolveu percursos sensoriais, o museu concebeu, testou e avaliou materiais pedagógicos que possibilitassem a introdução de ferramentas de exploração sensorial diretamente nas salas de exposição. Este processo foi conduzido com cuidado. O intuito foi fomentar a acessibilidade e a inclusão social, sem, contudo, comprometer a segurança dos participantes nem a integridade das obras de arte em exibição (Brandão, 2023).

"Projetos europeus pioneiros como o I AM permitem-nos dedicar tempo e atenção a assuntos que, servindo um segmento reduzido do público visitante dos museus e instituições culturais, requerem uma especialização e conhecimento profundo de metodologias, técnicas e conteúdos pedagógicos por parte das equipas de mediação. Deste modo, o Museu e os seus parceiros contribuem não só para a partilha de boas

práticas profissionais, como também para um modelo social em que os públicos jovens em contextos diversos de vulnerabilidade podem exercer o seu direito à participação e fruição cultural de forma plena." (Brandão, 2023).

Uma notícia publicada a 2 de dezembro de 2024 no website da Associação dos Cegos e Amblíopes de Portugal (ACAPO) informa que, no dia 26 de novembro de 2024, a delegação de Lisboa da ACAPO recebeu a responsável pelo serviço de Mediação Cultural e NEE do Museu Calouste Gulbenkian, Margarida João. Durante esta reunião, foi solicitada à Delegação de Lisboa, enquanto entidade credenciada, o apoio no desenvolvimento das acessibilidades, tanto físicas como intelectuais, promovendo, assim, uma maior inclusão de pessoas com deficiência no acesso ao museu (ACAPO, 2024).

No website da ACAPO, foram encontradas outras duas notícias relacionadas com a acessibilidade e inclusão no museu. A mais recente refere-se à exposição temporária "Veneza em Festa", que esteve patente ao público entre 25 de outubro de 2024 e 13 de janeiro de 2025, na Galeria Principal da Fundação. Segundo o que consta na notícia, a mostra foi pensada para todos os públicos, integrando sete estações táteis, materiais em 3D e recurso à audiodescrição. Estava ainda disponível, gratuitamente e mediante reserva, uma visita tátil orientada por um mediador (ACAPO, 2024). A outra notícia refere-se à exposição "O Tesouro dos Reis. Obras-primas do Terra *Sancta* Museum", que esteve na Galeria Principal da Fundação Calouste Gulbenkian até o dia 26 de fevereiro de 2024. De acordo com esta notícia, a exposição contou com seis estações táteis, desenvolvidas de raiz a pensar em todos os públicos - crianças, jovens, adultos e famílias. Foram desenvolvidos guias com audiodescrição e foi programada uma atividade destinada a grupos, com um número máximo de oito pessoas, sendo concedida entrada gratuita aos acompanhantes de pessoas com deficiência ou mobilidade condicionada (ACAPO, 2023).

O museu disponibiliza programas direcionados a diversos públicos, incluindo grupos particulares, escolas, crianças, famílias, jovens, adultos e indivíduos com NEE. Estas atividades ocorrem em diferentes datas e horários, estando disponíveis em vários idiomas, mediante marcação. A Tabela 9, inserida no Apêndice 8, apresenta o conjunto das atividades acessíveis e inclusivas oferecidas pelo museu.

Atualmente, o bilhete de entrada para o Museu Calouste Gulbenkian inclui também o acesso ao Centro de Arte Moderna (CAM) e tem um custo de 14,00€. Paralelamente, há um bilhete para as mostras temporárias, a um valor de 10,00€ (Fundação Calouste Gulbenkian, s.d.). Podem ser aplicados descontos nas tarifas de entrada, bem como a

possibilidade de entrada gratuita. Entre os descontos, destacam-se os seguintes: 25% de desconto para menores de 30 anos; 20% de desconto para titulares do Lisboa Card e Cartão Ciência Viva; 10% de desconto para indivíduos com idade superior a 65 anos e utilizadores do Lisbon Sightseeing ou City Sightseeing. Os utilizadores do Cartão Gulbenkian beneficiam ainda de descontos adicionais, ajustados à sua faixa etária. No que diz respeito à programação, para jovens e adultos, os titulares do Cartão Gulbenkian usufruem de um desconto de 10%, e os que se encontram em situação de desemprego de um desconto de 50%. Para as escolas, há isenção de pagamento (100%) para alunos beneficiários de Ação Social, aplicável aos escalões A e B, e 50% para alunos de IPSS; 100% de desconto para membros do ICOM, Associação Internacional de Críticos de Arte (AICA) e Associação Portuguesa de Museologia (APOM); 50% para indivíduos em situação de desemprego; 25% para menores de 30 anos; 15% para agências de viagem³¹ (Fundação Calouste Gulbenkian, s.d.t).

5.4 Canais de comunicação

O Museu Calouste Gulbenkian dispõe de diversos canais de comunicação, entre os quais se destacam o website, a newsletter, bem como as redes sociais, designadamente o Facebook, o Instagram, o LinkedIn, o Twitter e o YouTube. Importa referir que o museu não possui contas próprias nestas redes sociais, sendo a divulgação dos seus projetos realizada através dos canais oficiais da Fundação. O website, as newsletters, e algumas das redes sociais aqui mencionadas, serão objeto de uma análise mais aprofundada no Capítulo 6.

³¹ Para obter informações sobre as condições de entrada gratuita, recomenda-se a consulta da seguinte página: <https://gulbenkian.pt/museu/visita/>.

Capítulo 6. Apresentação e análise dos resultados

6.1 Análise às entrevistas

Antes de iniciar a análise, importa referir que as tabelas de contabilização dos termos e expressões associadas a cada categoria e subcategoria encontram-se apresentadas no Apêndice 14. Acrescenta-se, ainda, que, para efeitos desta análise, os entrevistados foram identificados pelas iniciais do seu primeiro e último nome. Assim, Beatriz Saraiva e Margarida João, do Museu Calouste Gulbenkian, surgem identificadas como BS e MJ, respetivamente; enquanto Liliana Pina, Teresa Costa e Tiago Guerreiro, colaboradores do Museu Bordalo Pinheiro, são designados pelas iniciais LP, TC e TG, respetivamente.

6.1.2 Categoria – Museu Inclusivo

6.1.2.1 Subcategoria - Inclusão social no museu

A presente análise inicia-se com a palavra "abertos", o qual, neste contexto, surge 8 vezes, conforme indicado na Tabela 13, apresentada no Apêndice 14. LP, colaboradora do Museu Bordalo Pinheiro refere que os museus se tornaram mais abertos, acolhendo todos os públicos (Pina, novembro, 2024). TG, colaborador do Museu Bordalo Pinheiro, refere, igualmente, por diversas vezes, o termo "aberto", afirmando que, na atualidade, existem museus "completamente abertos à sociedade" e marcadamente "participativos" (Guerreiro, novembro, 2024).

LP sublinha que, na segunda metade do século XX, o papel educativo dos museus mudou. O subcapítulo "A história e o desenvolvimento dos museus", incorporado no 1.º capítulo deste documento, abordou que os museus evoluíram, ao longo das décadas, de espaços predominantemente destinados às classes mais abastadas para espaços acessíveis a todas as camadas sociais. Como observa Roque (2013), a partir do século XIX, "o objetivo, assumido e propagandeado" pelos museus, consistia em "disponibilizar a todos", "os bens que, até então, se encontravam na posse exclusiva de alguns" (pp.5-6). Deste modo, os museus transformaram-se em agentes "de instrução e de inspiração para a burguesia e para as classes operárias", incluindo os grupos não letrados (pp.5-6).

LP refere igualmente que os museus "estão muito mais voltados para a sociedade", assumindo-se como instituições de intervenção social, desempenhando "um papel mais político" (Pina, novembro, 2024). A ideia de LP alinha-se com as propostas de autores como Greenhill-Hooper et al. (2020), Coleman (2018) e Sandell (1998), ao defender que os museus podem, por um lado, assumir o papel de agentes de regeneração social e, por outro, atuar como veículos para a mudança social, contribuindo, assim, para atenuar as causas e as consequências da exclusão social.

Proceder-se-á, neste momento, à análise do termo "diversidade", o qual é usado 10 vezes. LP recorre ao termo para afirmar que, os investigadores e curadores, conscientes da diversidade de públicos existentes, optam naturalmente por temáticas que promovem essa diversidade. Aqueles que permanecem alheios a estas problemáticas optam, como sucedia há décadas, por conteúdos destinados sobretudo a um público especializado como historiadores de arte, num discurso que pouco ou nada comunica à grande parte dos visitantes. LP refere que os colaboradores do museu, não apenas os investigadores e curadores, devem estar conscientes da diversidade e receptivos a serem, diariamente, confrontados com a diferença. Importa lembrar o argumento de autores como Sandell (1998) e Dodd e Sandell (2001). Os autores defendem que os museus podem combater a exclusão institucionalizada. MJ (Museu Calouste Gulbenkian), por sua vez, afirma que o museu está "cada vez mais em contacto com uma maior diversidade de públicos" (João, dezembro, 2024). Ao procurar trabalhar com todos os públicos, num todo realista, levando em conta as suas especificidades, torna-se necessário criar várias formas de apresentar a coleção. Ainda assim, MJ enfatiza que um dos principais desafios é precisamente "pensar em recursos que cheguem ao maior número de pessoas, pensando na diversidade [...] de cada um" (João, dezembro, 2024).

Todos os inquiridos foram questionados com o seguinte: "Considera a inclusão social uma prioridade para o museu?", tendo todos respondido afirmativamente. MJ sublinha, inclusive, que a beneficência constitui um pilar fundamental do trabalho desenvolvido. Embora LP tenha inicialmente respondido afirmativamente, acrescentou posteriormente que a "acessibilidade não é uma prioridade no espaço museológico. Ou seja, pode ser em teoria, mas na prática isso não se vê" (Pina, novembro, 2024).

MJ refere que a inclusão social é, frequentemente, associada ao trabalho com as denominadas "franjas". Isto é, "todas aquelas populações que poderão ser consideradas mais desfavorecidas", quer "ao nível financeiro", "cultural", "porque são alvo de racismo, de discriminação ou porque têm uma deficiência e não conseguem facilmente participar na cultura e nas atividades dos museus" (João, dezembro, 2024). MJ acrescenta ainda que os museus podem deslocar-se aos bairros, às associações e às comunidades das referidas franjas, podendo também desenvolver trabalho nas "prisões" e como com os utentes dos "centros de dia" e dos "lares de acolhimento" (João, dezembro, 2024). TG refere, por sua vez, que o serviço educativo do Museu Bordalo Pinheiro tem, inclusive, desenvolvido "um trabalho muito forte" junto de alguns hospitais, escolas e comunidades em situação de exclusão. Contudo, se, por um lado, os museus devem ter uma postura proativa, saindo dos seus espaços para ir ao encontro destes públicos, por outro, devem

assegurar que as suas instalações se encontram devidamente preparadas para os acolher (João, dezembro, 2024).

Para LP, a inclusão "é uma utopia", "um caminho que estamos sempre a percorrer" e que "nunca está completo, [...] mas que vamos fazendo pequenas batalhas, pequenos passos" (Pina, novembro, 2024). TC (Museu Bordalo Pinheiro) partilha uma perspetiva semelhante, ao reconhecer que é "um caminho muito lento" e "um processo [...] gradual" (Costa, novembro, 2024). Ainda assim, salienta que o museu tem procurado "fazer mais e melhor", contando, inclusivamente, com o apoio dos seus visitantes (Costa, novembro, 2024). MJ, do Museu Calouste Gulbenkian, acrescenta que o conceito de "plenamente inclusivo" é "uma grande utopia" (João, dezembro, 2024) Todavia, sublinha que o museu aspira alcançar esse ideal, embora reconheça que ainda existe um longo caminho a percorrer. Posteriormente, MJ questiona se esse ideal poderá alguma vez concretizar-se, não necessariamente devido à Fundação, mas pelas barreiras estruturais impostas pela sociedade.

LP sublinha, posteriormente, que considera a inclusão uma utopia, porque, para que um museu possa ser inclusivo, são necessários "inúmeros recursos", tanto "materiais", como "financeiros" e "de tempo" (Pina, novembro, 2024). Algo que, na sua perspetiva, nem sempre é possível mobilizar. TG reforça esta ideia ao referir, na sua entrevista, que o facto de o museu não ser mais acessível não se deve à falta de vontade, mas sim à escassez de recursos como dinheiro e tempo. Os termos "recursos" e "recurso" surgem 8 vezes neste contexto; no entanto, este tópico não foi mencionado por BS e MJ do Museu Calouste Gulbenkian.

TG destaca um fator importante: ainda que o espaço museológico seja acessível, tal é insuficiente se, por exemplo, uma pessoa com mobilidade reduzida não dispuser de meios de transporte adequados ou se o espaço público envolvente, nomeadamente as vias pedonais, não for acessível. É neste contexto que TG utiliza o termo "proximidade". O entrevistado refere que o Museu Bordalo Pinheiro colabora regularmente com a Junta de Freguesia de Alvalade e, ocasionalmente, com a do Lumiar, sublinhando que "esse trabalho de proximidade" "é muito importante" (Guerreiro, novembro, 2024) para o museu, uma vez que lhe permite "ter o pulso à realidade da própria freguesia" (Guerreiro, novembro, 2024).

Importa salientar que, enquanto TG e TC recorrem à palavra "proximidade" para caracterizar a relação com o poder local, LP emprega o mesmo termo, mas em contexto diferente. Segundo LP, o museu procura construir um relacionamento de "proximidade" com os visitantes, ou seja, um relacionamento continuado, desenvolvendo esforços no

sentido de transformar visitas ocasionais em visitas regulares e sustentadas ao longo do tempo.

Importa referir que a palavra "formação", bem como os termos e expressões a ele associados, surgem 19 vezes ao longo do *corpus* analisado. LP (do Museu Bordalo Pinheiro) salienta que a EGEAC oferece ações de formação na área da acessibilidade; contudo, estas consistem apenas em "módulos básicos de iniciação", não existindo, portanto, "formação específica" que prepare adequadamente os colaboradores do museu para a receção de visitantes com deficiências sensoriais (Pina, novembro, 2024). É, no entanto, evidente que, para LP, a formação assume um papel fundamental. LP defende que esta se devia destinar a colaboradores de diferentes departamentos, incluindo membros da direção, das áreas de curadoria e da investigação, da comunicação, da mediação cultural e da receção. Em entrevista, TG refere que tanto ele como a sua colega Rita, responsável pelas áreas de museografia e design da comunicação, recebem formações nesta área (Guerreiro, novembro, 2024). MJ refere, por sua vez, que o Museu Calouste Gulbenkian não disponibiliza formação específica para preparar os colaboradores para receber os visitantes com deficiências sensoriais.

6.1.2.2 Subcategoria - Barreiras ao acesso

LP salienta que, do ponto de vista arquitetónico, o Museu Bordalo Pinheiro enfrenta alguns desafios, nomeadamente a existência de "escadas e de zonas não acessíveis", (Pina, novembro, 2024), bem como a ausência de orientação espacial nas exposições - um recurso para pessoas com cegueira. No Museu Calouste Gulbenkian existem, também, "alguns constrangimentos", conforme refere MJ, sendo um dos exemplos referidos o das portas pesadas. MJ sublinha, contudo, que as portas não são uma "prioridade", acrescentando: "porque nós estamos sensibilizados, e sabendo que vem um grupo, vamos, estamos lá, abrimos nós a porta" (João, dezembro, 2024). MJ reconhece que esta solução acaba por não ser o "ideal", afirmando, contudo, que é "o possível. E o possível, às vezes, é suficiente" (João, dezembro, 2024). Ainda assim, MJ sublinha que o museu tem implementado medidas para superar algumas das barreiras de acessibilidade física, destacando, entre elas, a instalação de rampas, que permitem o acesso não apenas a pessoas com mobilidade reduzida, mas também a todos os visitantes (Resource: The Council for Museums, Archives and Libraries, 2001, p.13). Acrescenta, ainda, que a equipa de arquitetos está sensibilizada e atenta à altura a que os artefactos e as obras de arte são posicionadas, bem como aos reflexos de luz que incidem sobre as peças (João, dezembro, 2024).

Relativamente à mostra permanente, MJ refere que existem algumas "fragilidades". A começar pela inexistência de recursos que permitam a uma pessoa com deficiência visual percorrer autonomamente as salas do museu e compreendê-las em simultâneo, sob a exceção de ter um acompanhante que interprete e descreva oralmente o que se encontra exposto. MJ refere, ainda, que há poucos textos de parede, estando estes limitados a alguns por núcleo. Acrescenta que "nem sempre são perceptíveis, porque fica à responsabilidade, normalmente, dos conservadores" (João, dezembro, 2024). Contudo, MJ sublinha que a equipa preocupa-se em adequar os conteúdos a um público amplo, não sendo necessário ser especialista em arte para os compreender. Aponta, ainda, uma limitação relativamente às tabelas das obras. Refere que, na maioria dos casos, incluem apenas o título da obra, o nome do artista, os materiais utilizados, as dimensões da obra e o número do inventário (João, dezembro, 2024).

LP refere que no Museu Bordalo Pinheiro existem alguns desafios ao nível da acessibilidade: "uma pessoa surda que vem ao museu, provavelmente [...] o acesso à bilheteira não vai ser um acesso tão tranquilo ou fluído como seria se não fosse surda." (Pina, novembro, 2024). TC refere que apenas um dos colaboradores da bilheteira domina a Língua Gestual; no entanto, não estando sempre presente, "[...] se houver uma pessoa surda que, de repente, precisa de ajuda e começar a dialogar [...] é muito mais difícil, portanto, estabelecer a comunicação com essa pessoa" (Pina, novembro, 2024). A entrevistada identifica ainda a "barreira mental" como um desafio constante, ao afirmar que os colaboradores apresentam perfis "muito parecidos" (Pina, novembro, 2024).

MJ refere que os grupos que enfrentam os maiores desafios na visita ao museu são aqueles com um grau mais elevado de comprometimento, seja ele cognitivo ou físico. No que respeita ao comprometimento cognitivo, este afeta, sobretudo, a comunicação e a compreensão de enunciados. A entrevistada refere que o museu não dispõe de uma equipa numerosa dedicada ao trabalho com este público, existindo apenas duas ou três pessoas devidamente preparados para o efeito (João, dezembro, 2024).

LP, por sua vez, refere que o museu enfrenta alguns desafios no trabalho com os grupos com necessidades específicas que se encontram institucionalizados, uma vez que estes, muitas vezes, são alvo de algum estigma, embora tal não aconteça em todos os casos. Acrescenta que, tradicionalmente, muitos destes grupos tiveram experiências negativas em visitas a museus que não estavam preparados para os receber de forma adequada.

De acordo com a Acesso Cultura (2020) podem identificar-se 3 tipos de barreiras ao acesso cultural: físicas, sociais e intelectuais. Cada uma destas barreiras é apresentada no 1º capítulo do presente trabalho. Ao comparar os testemunhos dos entrevistados com a perspetiva da Acesso Cultura (2020) sobre este tema, verifica-se que os museus ainda não se encontram plenamente acessíveis, pois persistem alguns obstáculos e desafios no que respeita à acessibilidade.

6.1.2.3 Subcategoria – Programação inclusiva

Conforme demonstrado na Tabela 15 presente no Apêndice 14, as palavras "visita" e "programação" surgem com bastante frequência - 90 e 55 vezes, respetivamente.

BS e MJ (Museu Calouste Gulbenkian) referem que o museu desenvolve atividades dirigidas aos públicos minoritários, nomeadamente pessoas com deficiências sensoriais ou indivíduos com doença mental, enquadradas sobretudo na área da mediação (João, dezembro, 2024; Saraiva, novembro, 2024). MJ refere que a programação pelo museu, salvo datas comemorativas específicas, é, regra geral, realizada em diversas datas. MJ exemplifica com as visitas à exposição "*Veneza em Festa*", sublinhando que estiveram disponíveis em diversas datas, incluindo sextas-feiras. Conforme explica: na "*Veneza em Festa*", temos visitas à sexta e ao sábado, e sábado até temos dois horários, um que é o horário de costume, [...] que é às quatro da tarde, mas até temos "*O Fora de Horas*" [...], às 19h00, destinado aos visitantes com horários de trabalho diurnos ou por turnos.

MJ refere que, presentemente, todas as atividades destinadas a adultos, agendadas e ministradas em português, podem ser acompanhadas por um intérprete de LGP, desde que seja solicitado com antecedência. MJ explica que o museu pretende disponibilizar LGP em todas as atividades, de modo a permitir que as pessoas Surdas possam "vir a qualquer hora, a qualquer dia" (João, dezembro, 2024). MJ refere que esta estratégia tem "surtido bastante resultado" (João, dezembro, 2024).

LP afirma que o Museu Bordalo Pinheiro procura programar "atividades que incluem todas as pessoas" (Pina, novembro, 2024) destacando-se, entre essas atividades, as visitas em LGP, preparadas e conduzidas por uma mediadora Surda e acompanhadas por uma tradutora, que traduz os conteúdos para os participantes ouvintes. LP sublinha que, para a equipa, estas visitas fazem "todo o sentido", esclarecendo, de seguida, a razão dessa convicção: "a inclusão é precisamente isso" (Pina, novembro, 2024).

As perspetivas apresentadas por LP e MJ cruzam-se com os princípios defendidos pela Acesso Cultura (2020). Segundo esta associação, as pessoas com deficiência ou

incapacidade devem poder escolher livremente as atividades culturais a que desejam assistir, sem que essa escolha esteja limitada a dias e/ou horários específicos. A mesma defende, ainda, que os programas dirigidos exclusivamente a pessoas com deficiência ou incapacidade devem ser a exceção e não a norma. A prioridade deve ser garantir que a programação destinada ao público em geral seja acessível, de modo a garantir que todas as pessoas possam usufruir da mesma oferta cultural. Acrescenta-se, ainda, que a Acesso Cultura (2020, pp.35–37) defende que a LGP é um dos recursos que os museus podem disponibilizar, nomeadamente no contexto das visitas guiadas.

LP menciona a disponibilidade do museu para reunir com os diversos públicos antes de criar ou efetuar uma atividade ou visita (Pina, novembro, 2024). LP sublinha que esta prática de "programar com o público" (Pina, novembro, 2024) permite aos colaboradores do museu conhecer as especificidades e as necessidades dos públicos, para ajustar a oferta.

No Museu Calouste Gulbenkian, verifica-se uma prática semelhante. Para os grupos organizados - "Escolas" - promove-se o "Dia de Encontro de Professores", que se realiza no início de cada ano letivo. Esta iniciativa tem como objetivo apresentar a programação do museu prevista para o período escolar.

Importa ainda referir as "reuniões técnicas" que são realizadas com os responsáveis dos grupos entre os meses de setembro e outubro de cada ano letivo. Estas reuniões têm como objetivo possibilitar à equipa a antecipação e o planeamento adequado das atividades programadas, garantindo uma preparação mais consistente e alinhada com as necessidades dos participantes (João, dezembro, 2024).

Cumprir mencionar que o Museu Calouste Gulbenkian, aquando da promoção de eventos - como *masterclasses*, *workshops* ou outras iniciativas de natureza similar - que requeiram inscrição prévia, disponibiliza no respetivo formulário um campo destinado a que os interessados indiquem eventuais incapacidades ou necessidades específicas. Conforme refere BS, a principal preocupação é, de facto, que ninguém, ao inscrever-se, pense: "não vou poder ir, por causa de x, y ou z" (Saraiva, novembro, 2024). A premissa de que as pessoas com deficiência devem, previamente à sua participação em qualquer evento, comunicar eventuais necessidades específicas é defendida pelas Nações Unidas (s.d.). Segundo esta entidade, é imperativo garantir que o ambiente - seja ele físico ou digital - promova a participação plena destas pessoas. Para tal, é necessário disponibilizar recursos e apoios adequados a todos os participantes que deles necessitem.

Relativamente às atividades oferecidas pelo Museu Calouste Gulbenkian, destaca-se o projeto "Entre Vizinhos" que se destinou, numa fase inicial, às associações e aos residentes séniores da área envolvente à Fundação, com os quais foram promovidas diversas atividades. O projeto foi, posteriormente, estendido ao público com demência, passando a incluir um ciclo de atividades ajustadas às suas necessidades. MJ aponta para outros dois projetos educativos em que o museu se encontra envolvido. Começa por referir a parceria com a Rede de Bibliotecas Escolares que permite uma proximidade com as escolas mais afastadas a nível geográfico ou que tenham alunos desfavorecidos na comunidade. Por último, apresenta o programa "Museus nos Hospitais", através do qual a equipa educativa organiza atividades tanto em formato virtual – via Zoom - como presencial, em quatro unidades hospitalares. Este projeto leva o museu "fora de portas", proporcionando o contacto direto com crianças hospitalizadas (João, novembro, 2024).

MJ refere que se registam diversos "encontros e desencontros" na programação do Museu Calouste Gulbenkian, em virtude de esta não ter sido concebida especificamente para pessoas com deficiência ou para o público infantil. Explica que as atividades educativas destinadas a famílias recorrem a um registo infantojuvenil. Por outro lado, os programas educativos pensados para jovens adultos adotam uma linguagem mais elaborada, que poderá ser muito complexa para o público infantil. Segundo MJ, no que se refere aos públicos com deficiência, existe um grau de "imprevisibilidade" maior, o que obriga a equipa a adotar uma postura cautelosa no desenvolvimento das atividades. Por esse motivo, evitam-se exercícios manuais como os de recorte e colagem que envolvam o utilizar tesouras, uma vez que estes materiais podem gerar situações de frustração ou de risco, tanto para os participantes como para as obras de arte (João, novembro, 2024).

MJ acrescenta que o público sénior é quem mais procura a programação do museu, o que, segundo a própria, embora possa representar um desafio acrescido, proporciona a oportunidade de desenvolver trabalho "a outro nível [...] mais profundo no sensorial e menos intelectual" não tão dependente da linguagem verbal (João, dezembro, 2024).

MJ refere que outro desafio que enfrentam é "na programação da agenda". Segundo a mesma, das várias vezes que tentaram desenvolver "programação para o público com deficiência, nomeadamente famílias, ao fim de semana, não tinham adesão. A mesma identifica como possíveis causas falhas "ao nível da comunicação", salientando ainda a escassez de espaços disponíveis, fator que condiciona o tipo de atividades que podem ser desenvolvidas, bem como a rigidez dos horários, que limita a flexibilidade necessária à adaptação da oferta (João, dezembro, 2024).

LP, por sua vez, refere que o Museu Bordalo Pinheiro está, presentemente, a desenvolver "um projeto de adaptação" de algumas das atividades, para torná-las adequadas a pessoas autistas. LP explica que esta necessidade teve origem num problema concreto: já aconteceu um professor agendar uma visita ao museu, sem referir ter alunos com autismo, pelo que a equipa se viu, de forma inesperada, confrontada com cenários para os quais não estava preparada. Segundo LP, o objetivo "é [...] tentar adaptar estas atividades para estarmos sempre à espera, ou seja, para haver ali maior facilidade de adaptação, nos momentos em que somos confrontados com estas situações" (Pina, novembro, 2024).

Por fim, MJ (Museu Calouste Gulbenkian) sublinha que garantir o acesso e promover a participação dos públicos com deficiência nas atividades do museu pode ter um impacto positivo na sua confiança e autodeterminação. Acrescenta, ainda, que a "nossa maneira de mediar é a partir das experiências de cada um e, portanto, nós estamos a validar" e "a valorizar [...] o que tu trazes". Considera que esta valorização proporciona "um terreno bastante fértil para a participação ativa de cada pessoa que vai às atividades". Refere, ainda, que, ao assumir esta responsabilidade e este papel no domínio da inclusão social - e, acima de tudo, no trabalho com o público, enquanto serviço educativo -, o museu estará a "potenciar estas questões de identidade", "valorização pessoal", "bem-estar", "aproximação" (João, dezembro, 2024). Por sua vez, LP (Museu Bordalo Pinheiro) refere que a ação do museu "pode impactar as pessoas todas", referindo, no entanto, que esse impacto pode ser tanto positivo como negativo. LP não entende "os museus como aquele lugar que contribui para aumentar a autoestima das pessoas", sublinhando: "não é nessa posição que nós queremos estar." Defende, ainda assim, que os museus têm "um conteúdo importante para divulgar, que traz obviamente muitas vantagens." Tudo isto, de acordo com LP, "Permite-nos conhecer a nossa própria história, a nossa identidade. Nós acreditamos que isso é importante para a construção das pessoas enquanto cidadãos". LP conclui dizendo que "queremos, obviamente, que as pessoas se sintam bem-vindas, [...] todas elas" (Pina, novembro, 2024). No caso das pessoas com NEE, é mais desafiante, refere LP, explicando que o museu nem sempre dispõe das "condições necessárias". Contudo, tentam "até do ponto de vista humano", quando as condições físicas não são suficientes, "acolher as pessoas da melhor maneira, todas elas" (Pina, novembro, 2024). Aqui importa retomar a perspetiva de Sandell (1998), que defende que o acesso e a participação em atividades culturais podem aumentar a confiança, a autoestima e a autodeterminação dos indivíduos (p.410).

MJ descreve o seu método de avaliação das atividades desenvolvidas para o público com deficiência sensorial ou com doença mental: após a conclusão da atividade, reúne-se com os mediadores para perceber como decorreu, bem como com os responsáveis pelos grupos, procurando igualmente conhecer a sua perspetiva.

6.1.3 Categoria – Comunicação inclusiva

6.1.3.1 Subcategoria – Comunicação estratégica

BS refere que, no Museu Calouste Gulbenkian, há uma equipa designada "Mediação Cultural e Estratégia Digital", da qual faz parte. Acrescenta, ainda, que a equipa é responsável por divulgar a "programação de agenda" e por produzir os conteúdos a serem partilhados nos canais digitais do museu. Ressalta, no entanto, que a equipa segue as "diretrizes" e os "planos" estabelecidos pelo Departamento de Comunicação e pelo Departamento de Marketing da Fundação (Saraiva, novembro, 2024). BS esclarece, em momento posterior, que a estratégia digital desenvolvida pela equipa "encaixa-se" na estratégia global da Fundação. A este propósito, afirma: "Nós não temos um canal independente nas nossas redes sociais, por exemplo. Nós trabalhamos no canal geral da Fundação." (Saraiva, novembro, 2024). TG refere, por sua vez, que no Museu Bordalo Pinheiro, não há uma equipa dedicada à comunicação, sendo esta desenvolvida exclusivamente por si. A sua principal responsabilidade consiste em assegurar que as atividades desenvolvidas pelo museu são comunicadas ao público, assim como dar visibilidade à missão do museu: promover o legado artístico de Bordalo Pinheiro. TG acrescenta ainda que, não havendo uma equipa ou colaborador especificamente designado para a área das RP, dependendo da natureza da situação, todos acabam por assumir esse papel. A ideia de que todos os colaboradores assumem, em certa medida, um papel nas RP converge com a perspetiva apresentada por French e Runyard (2011). Segundo as autoras, o sucesso dos museus não depende apenas da equipa de RP, mas do contributo de todos os colaboradores. A equipa responsável por receber os visitantes, por exemplo, desempenha um papel fundamental, uma vez que a forma como estes são recebidos influencia a sua perceção do museu.

Outro aspeto relevante a salientar é que uma das funções atribuídas a Tiago Guerreiro consiste no "trabalho com a imprensa" (Guerreiro, dezembro, 2024). Importa, contudo, referir que na equipa do Museu Calouste Gulbenkian, não existe nenhum colaborador afeto à função, sendo esta assegurada pelo Departamento de Comunicação da Fundação. No segundo capítulo do enquadramento teórico, é abordado o papel dos meios de comunicação, no qual Xifra (2007) e Theaker (2001) referem que esta é uma das principais funções do profissional de RP.

Importa salientar que se questionou BS e TG sobre se participam nos processos de planeamento e de tomada de decisões administrativas e estratégicas do museu. BS respondeu que "é um meio sim" (Saraiva, novembro, 2024). TG, por sua vez, referiu: "Estratégicas sim, administrativas não" (Guerreiro, novembro, 2024). Importa recuperar o que defendem as autoras French e Runyard (1999) - as RP "são parte integral de toda a organização" e que, por conseguinte, o trabalho desenvolvido pelos profissionais desta área "é central para o funcionamento de toda a organização" (pp.148-149). As autoras defendem, ainda, que o responsável pelo departamento de RP deve estar envolvido nos processos de tomada de decisão, inclusive ao nível administrativo.

Perguntou-se a BS e a TG se, enquanto profissionais da área da comunicação no museu, colaboram com outros departamentos, nomeadamente com o serviço educativo, no desenvolvimento de novas mostras, programas e eventos. BS (Museu Calouste Gulbenkian) afirma: "Na verdade, nós somos a mesma equipa", acrescentando que "acabamos sempre por trabalhar em rede, porque temos a mesma coordenação. Portanto, sim. Temos reuniões semanais" (Saraiva, novembro, 2024). Acaba por haver "um cruzamento entre aquilo que é o nosso trabalho" "com as atividades [...] do serviço de mediação" (Saraiva, novembro, 2024). Importa referir, ainda, que sempre que é aprovado um plano para uma exposição temporária, reúnem-se os coordenadores de todos os setores envolvidos no projeto. MJ sublinha, ainda, que existem "várias equipas de comunicação [...] alocadas a vários serviços" e que, por isso, o serviço de Mediação Cultural e Estratégia Digital tem de colaborar com estas equipas ou "chapéus". "Chapéus" estes que são "transversais aos vários serviços educativos" da Fundação (João, novembro, 2024). TG, do Museu Bordalo Pinheiro, afirma manter uma relação muito positiva "com todas as equipas", inclusive com a equipa "do serviço educativo" (Guerreiro, novembro, 2024). Sublinha que a articulação com os restantes departamentos ocorre "diariamente" (Guerreiro, novembro, 2024).

MJ refere que, no Museu Calouste Gulbenkian, nunca se efetuou um "mapeamento" formal dos públicos; no entanto, com base na venda de bilhetes e nas marcações das atividades, é possível extrair uma "amostra" representativa dos visitantes (João, novembro, 2024). A partir desses dados, determinam-se quais os segmentos de público que mais visitam o museu, se infantojuvenil ou adulto, assim como calcula-se a percentagem de visitantes com e sem deficiência.

TG, por sua vez, refere que, no passado, no Museu Bordalo Pinheiro, se distribuíram folhas aos visitantes, nas quais se solicitava dados sobre a nacionalidade e idade, mas que a grande parte não os preenchia. Assim, e considerando que, como afirma TG, "o

estudo de público começa na bilheteira", optou-se por não dar continuidade à entrega dos questionários. Deste modo, dispõe-se, atualmente, apenas de uma "perceção" dos perfis dos visitantes (Guerreiro, novembro, 2024).

No que respeita às estratégias de comunicação adotadas pelo museu, tanto dirigidas ao público em geral como especificamente às pessoas com deficiência, constata-se uma escassa referência às mesmas, como se comprova pelos dados apresentados na Tabela 16, que se encontra no Apêndice 14. De facto, o termo "estratégia" surge apenas 14 vezes no *corpus* em análise. Procede-se, em primeiro lugar, à descrição das estratégias gerais dos dois museus. BS refere e descreve qual a estratégia adotada para a partilha de conteúdos sobre o museu nas redes sociais da Fundação. Quando se trata de uma mostra temporária a decorrer na galeria principal do museu, a periodicidade de partilhas acerca da mesma tende a ser superior à registada aquando da realização de exposições localizadas no piso inferior. Ou seja, a estratégia e a periodicidade da comunicação, é ajustada em função do espaço que os projetos ocupam no museu. BS apresenta, a título de exemplo, a estratégia de comunicação adotada para a exposição "Veneza em Festa" - considerada a "grande" exposição de inverno da Fundação para 2024. Dado ser uma exposição relevante, optou-se por uma divulgação mais regular nas redes sociais, com periodicidade bissemanal. No entanto, BS menciona que esta regularidade de partilhas é "sempre uma estimativa", uma vez que podem surgir outros eventos que, por algum motivo, tornam-se prioritários (Saraiva, novembro, 2024). A entrevistada acrescenta ainda que, a esta comunicação se soma a divulgação das "atividades educativas ou da programação complementar", cuja responsabilidade recai no Departamento "Descobrir", responsável por assegurar a divulgação de todas as atividades, não apenas do museu, mas também dos restantes setores da Fundação. No que respeita ao website, a equipa de Mediação Cultural publica conteúdos de elevada complexidade, escritos por elementos da equipa, curadores ou especialistas convidados. MJ refere ainda que, ao acederem ao website, os utilizadores podem selecionar as newsletters que desejam receber, podendo optar por conteúdos relacionados com os ciclos de conferências, com as exposições, com as atividades educativas ou, em alternativa, por todas as opções disponíveis. Desta forma, é possível "canalizar [...] para aqueles que estão realmente interessados" (João, novembro, 2024) Importa referir, ainda, que as newsletters são enviadas mensalmente (Saraiva, novembro, 2024).

TG, do Museu Bordalo Pinheiro, sublinha que uma das estratégias gerais do museu consiste em usar o humor para "humanizar as redes sociais" (Guerreiro, novembro, 2024). Segundo o próprio, esta estratégia "tem dado frutos", pois tem contribuído tanto para o aumento do número de seguidores quanto para um maior envolvimento destes.

TG refere ainda que a comunicação com os públicos acontece quase todos os dias nessas plataformas, embora ao sábado e ao domingo não se publiquem conteúdos, pois o fim de semana é considerado um período de descanso (Guerreiro, novembro, 2024). Contudo, explica que um *post* feito numa sexta-feira à noite pode ser visualizado apenas durante o fim de semana, o que, sob esta perspetiva, faz com que a comunicação seja, de facto, diária. TG afirma, de seguida, que o Museu Bordalo Pinheiro é, possivelmente, um dos museus que mais publica nas redes sociais em todo o país. E, no universo da EGEAC, garante que este é, com toda a certeza, o equipamento cultural que realiza o maior número de partilhas anuais nas redes sociais. Segundo TG, a média é superior a uma publicação por dia. TG acrescenta que, nas *stories*, republica conteúdos de terceiros que identificam a página do museu; além disso, sempre que divulga a agenda mensal no *feed*, procede à sua republicação nas histórias também (Guerreiro, novembro, 2024).

Apresentam-se, seguidamente, as estratégias implementadas para comunicar com os públicos com deficiências, com base nos contributos dos entrevistados BS, MJ e TG. BS, do Museu Calouste Gulbenkian, menciona que há "uma grande preocupação" - partilhada tanto pelos colaboradores do setor em que trabalha como pela coordenadora Inês Brandão - em assegurar um "trabalho apurado daquilo que é escrito, [...] de forma a ser acessível e perceptível por todos" (Saraiva, novembro, 2024). MJ refere ainda outra estratégia, referindo possuir uma *mailing list*, que é regularmente atualizada com novos contactos, tanto de associações, assim como dos responsáveis pelos grupos e do público que visita o museu no fim-de-semana. A mesma acrescenta que, consoante o tipo de atividade a promover, opta por seleccionar, dentro da *mailing list*, o grupo que mais provavelmente demonstrará interesse ou beneficiará dessa iniciativa em particular.

MJ partilha que, no passado, o museu produziu folhetos em formato de dupla página, acessíveis a pessoas com cegueira e baixa visão. Esses materiais foram posteriormente entregues ao Instituto Nacional para a Reabilitação (INR), bem como a associações com as quais mantém contacto, nomeadamente a APEC.

TG, do Museu Bordalo Pinheiro, refere que uma das estratégias adotadas consiste no contacto direto por e-mail, sobretudo com associações representativas dos públicos com deficiências. A propósito, afirma que acharam que "seria uma forma mais eficaz de comunicar, contactar diretamente associações por e-mail, ou seja, em vez de enviar uma newsletter, em vez de pôr informação nas redes sociais, que não há garantia que chegue a alguém, neste caso um público muito [...] específico, que não é o público em geral" (Guerreiro, novembro, 2024). TG refere, também, que, por ocasião do último Dia

Mundial das Acessibilidades, celebrado a 20 de outubro - que em 2024 coincidiu com um domingo - o museu lançou, no seu website, uma página designada "Programação Acessível" onde apresenta todas as atividades acessíveis e os contactos necessários, caso se pretenda marcar alguma dessas atividades (Guerreiro, novembro, 2024).

Importa referir, ainda, um aspeto salientado por TG: sempre que desenvolve uma campanha de comunicação, esta é realizada em articulação com outros departamentos. Este processo envolve, primeiramente, a equipa da direção e, com alguma regularidade, a responsável pela área de museografia e design da comunicação, bem como outros elementos da equipa do museu, sempre que tal se revele pertinente. A este respeito, TG salienta que, por se tratar de um museu de pequena dimensão, é habitual envolver pessoas de diferentes departamentos na elaboração deste tipo de campanhas.

6.1.3.2 Subcategoria – Meios e formatos de comunicação inclusiva

O Museu Calouste Gulbenkian comunica com os seus públicos via múltiplos canais digitais - nomeadamente o website, a newsletter e as redes sociais - sendo o serviço de Mediação Cultural e Estratégia Digital, o responsável por produzir conteúdos para todos estes. O Museu Bordalo Pinheiro dispõe, também, de diversos canais, nomeadamente redes sociais - Facebook, Instagram, YouTube, LinkedIn e uma página no Twitter (atualmente designado por X), pouco explorada devido ao tempo limitado que Tiago Guerreiro, responsável pela comunicação, lhe pode dedicar.

No 2º capítulo deste trabalho, são apresentados diversos autores que refletem sobre o papel das redes sociais, defendendo que estas são uma "poderosíssima ferramenta de difusão de informação" (Abreu, 2013, p.61). Segundo autores como Fernandez-Lores et al. (2022, p.123) e Claes & Deltell (2019, p.6), entre os canais, o Facebook destaca-se como a rede mais utilizada a nível global, sendo igualmente a mais adotada pelos museus. O X surge como a segunda plataforma mais relevante neste setor. Já o Instagram é a plataforma digital que tem registado o maior crescimento no setor museológico, sendo particularmente popular entre o público jovem. Para além destas, os museus têm explorado outras plataformas, nomeadamente o YouTube e o LinkedIn, entre outras.

O Museu Bordalo Pinheiro tem, ainda, um website principal e um subdomínio, e uma newsletter mensal. De acordo com TG, o subdomínio assume particular importância por constituir o espaço onde os utilizadores podem aceder à coleção, composta por mais de 13 000 objetos, às quais se somam cerca de 4 000 pertencentes à Biblioteca. Como sublinha, este subdomínio "interessa muito a investigadores" (Guerreiro, novembro, 2024). Além destes, existem os "métodos tradicionais de comunicação", tais como as

folhas de sala e legendas - cuja elaboração cabe à colaboradora de museografia e design, à curadoria e à investigação, não ao Tiago Guerreiro (Guerreiro, novembro, 2024).

De acordo com MJ, o website do Museu Calouste Gulbenkian é acessível: "Foi-me garantido que era acessível a pessoas com cegueira e baixa visão, desde que tenham os [...] leitores de ecrã para ler" (João, novembro, 2024). Acrescenta, no entanto, que desconhece se "existe acessibilidade à imagem". BS complementa a resposta de MJ, afirmando que há "uma legenda da imagem". No entanto, "não é feita com esse foco" (Saraiva, novembro, 2024).

TG, por sua vez, refere que o website do Museu Bordalo Pinheiro, "quando foi criado em 2019, foi pensado para ser completamente acessível", (Guerreiro, novembro, 2024) tendo sido projetado para atender às necessidades de pessoas daltónicas. Refere, contudo, que, ao adicionar novos conteúdos, por vezes se esquece de inserir "o texto alternativo nas imagens", o que diminui "o nível de acessibilidade" (Guerreiro, novembro, 2024).

Diversas entidades mencionadas no capítulo 2 deste documento, defendem que as imagens e os infográficos partilhados nas plataformas digitais devem estar devidamente "marcados". Isto significa que devem incluir um texto alternativo, uma breve descrição associada à imagem, a qual é lida em voz alta pelos leitores de ecrã, permitindo que pessoas com cegueira ou baixa visão compreendam o conteúdo visual apresentado (European Disability Forum, 2023; Institute for Public Relations, 2023; Chartered Institute of Public Relations & Disability Confident, 2015).

TG conclui afirmando que, tendo o website sido desenvolvido em 2019, é expectável que, passados cinco anos, surja a necessidade de proceder a uma atualização do nível de acessibilidade. Relativamente a esta questão, LP sublinha que, quando uma pessoa planeia visitar um museu, tende a recorrer primeiramente ao website da instituição, para averiguar se a coleção corresponde aos seus interesses e obter informação sobre como pode efetuar a visita. Neste processo de pesquisa, qualquer obstáculo ao acesso pode comprometer tanto a motivação como a decisão de concretizar a visita. Como refere a própria: se o website não estiver disponível para os públicos com NEE, "a probabilidade de virem é muito mais reduzida" (Pina, novembro, 2024).

A perspetiva partilhada por LP vai ao encontro das ideias apresentadas por diversos autores citados no segundo capítulo deste documento. Se, por um lado, Kabassi (2019, p.544) defende que os websites são responsáveis por atrair futuros visitantes, tanto para o espaço físico como para o virtual, por outro, autores como Villaespesa (2018), citado

por Fernandez-Lores et al. (2022, p.122), argumentam que o principal motivo para um utilizador aceder ao website é preparar a sua visita ao seu espaço físico. Desta forma, os utilizadores esperam que os websites promovam a aprendizagem, sejam funcionais, facilmente navegáveis e visualmente apelativos (Lopatovska, 2015, p.191).

Cumprir referir que, por vezes, o modo como os websites são desenvolvidos pode gerar barreiras ao acesso por parte de pessoas com deficiência. Com o intuito de mitigar essas barreiras, o W3C, elaborou as Diretrizes de Acessibilidade para Conteúdo da Web (WCAG 2.0). O website da W3C disponibiliza exemplos de boas práticas para tornar os websites mais acessíveis (Chartered Institute of Public Relations & Disability Confident, 2015, p.12).

No que concerne às newsletters, TG salienta que estas nem sempre abordam uma temática específica; no entanto, realça que já foi enviada uma edição cujo tema central incidiu sobre a acessibilidade.

Relativamente à acessibilidade nas redes sociais, TG refere que estas plataformas não se encontram adaptadas a utilizadores com deficiências sensoriais, em virtude do uso excessivo de emojis. TC afirma, contudo, que a linguagem adotada pelo museu é "clara e acessível", sem recurso a "jargão técnico", nem a frases excessivamente longas - características que permitem não só a correta interpretação pelos leitores de ecrã, mas também pelos públicos com deficiência intelectual (Costa, novembro, 2024).

BS e MJ, por sua vez, afirmam não ter a certeza de que as redes sociais da Fundação/Museu Calouste Gulbenkian estejam devidamente adaptadas a públicos com deficiências sensoriais. BS reforça esta ideia ao afirmar: "Eu, mais uma vez, acho que não". Contudo, esclarece que "o que nós fazemos é fornecer os conteúdos", "o carregamento e a forma não passa por nós, passa pelo Marketing" (Saraiva, novembro, 2024).

De facto, conforme referem entidades como a European Disability Forum (2023, p.6) e as Nações Unidas (2021, p.30), a maioria das plataformas não é totalmente acessível. A acessibilidade depende tanto das características próprias das plataformas quanto do conteúdo que nelas é publicado. Por isso, os utilizadores — incluindo os museus com presença nas redes sociais — podem implementar diversas medidas para tornar o seu conteúdo mais acessível. Destacam-se, aqui, duas recomendações: limitar o número de emojis a 2 ou 3 por publicação e evitar usá-los para substituir texto, bem como recorrer a linguagem simples e clara nas legendas dos *posts*. Estas duas boas práticas merecem destaque nesta análise, pois TG admite usar um número excessivo de emojis nos *posts* que publica, que não está alinhado com os princípios da linguagem acessível. Por outro

lado, TC afirma que o museu adota uma linguagem clara e acessível, alinhando-se com as recomendações das entidades aqui citadas.

No que diz respeito aos materiais impressos, MJ, do Museu Calouste Gulbenkian, refere que, atualmente, estes não incluem braille. Contudo, recorda que, no passado, o "Descobrir" desenvolveu materiais impressos acessíveis a pessoas com deficiência visual: "fizemos uns folhetos de dupla página (uma página A3, dobrada ao meio, com braille de um lado e do outro, impresso também com letra aumentada e com contraste" (João, novembro, 2024). Tinha, ainda, uma imagem em marca de água, subtil ao ponto de ser quase impercetível, mas concebida para ser visualmente apelativa para pessoas com baixa visão e para pessoas normovisuais. Não é claro o motivo pelo qual estes materiais deixaram de incluir braille, letra aumentada e com contraste.

TG, do Museu Bordalo Pinheiro, por sua vez, refere que, no passado, já foram produzidos materiais impressos com braille, embora tal aconteça raramente - não por falta de vontade, "mas porque não há dinheiro" e tempo. TG sublinha, ainda, que, se dispusesse do "dobro do orçamento" ou, até, de outra pessoa para trabalhar na área da comunicação, essa pessoa poderia, muito provavelmente, dedicar mais tempo à questão da comunicação inclusiva (Guerreiro, novembro, 2024). Importa, aqui, relembrar a ideia defendida pelo Chartered Institute of Public Relations & Disability Confident (2015). Uma vez que TG refere que não são produzidos muitos materiais em braille devido à escassez de recursos, o referido instituto defende que quanto mais inclusivos forem os materiais de comunicação originais, menor será a necessidade de recorrer aos formatos alternativos, permitindo, assim, economizar recursos - financeiros e de tempo - na transmissão da mesma mensagem a diferentes públicos.

TG refere, ainda, os materiais com letra aumentada e o contraste das cores. Afirma não se recordar se alguma vez foi considerada a letra aumentada, salientando, contudo, que o contraste é algo sempre tido em conta, sobretudo quando se pretende atender às necessidades de pessoas daltónicas. Menciona, ainda, que materiais como folhas de sala e folhetos não são sua responsabilidade, mas da sua colega Rita Carvalho, responsável pela área da museografia. As folhas de sala e folhetos não passam por si, embora, por vezes, lhe seja solicitado um parecer. TG explica: "quando eu vejo, por exemplo, que a letra é serifada, tento alertar por causa, neste caso dos disléxicos. [...] Deve-se evitar, porque aqueles pequenos pontos nos cantos das letras podem causar confusão - um 'B' pode ser confundido com um 'P' e vice-versa - o que pode gerar dificuldades de leitura." (Guerreiro, novembro, 2024).

Importa sublinhar que o European Disability Forum (2023) e o Chartered Institute of Public Relations & Disability Confident (2015, p.9) defendem a utilização de fontes *sans-serif*, por proporcionarem uma maior legibilidade.

De acordo com o European Disability Forum (2023) é essencial adotar medidas que garantam a acessibilidade dos materiais impressos a pessoas com deficiência. Entre as recomendações apresentadas destacam-se a disponibilização de versões em braille e em impressão ampliada e a adoção de esquemas cromáticos com elevado contraste, de modo a facilitar a leitura por pessoas com baixa visão.

Importa destacar um ponto enfatizado por TG: a acessibilidade e a inclusão são "uma questão de atualização e de tempos" (Guerreiro, novembro, 2024). TG ilustra a sua opinião com um exemplo concreto: antigamente, quando se procurava adotar uma linguagem inclusiva, usava-se o "@" (arroba) em vez dos "o" e "a" - por exemplo, para escrever "tod@s". [...] Contudo, como refere, é curioso, pois começaram a utilizar o "tod@s" e, pouco tempo depois, foram alertados de que o "@" "não se deve usar, [...] está mal" (Guerreiro, novembro, 2024). O que TG pretende alertar com este exemplo é que a tecnologia evolui, e "a sensibilidade das pessoas" também se transforma, sendo fundamental que todos acompanhem essas mudanças (Guerreiro, novembro, 2024).

Quando questionado sobre de que forma o museu atual pode, de forma abrangente, contribuir para a inclusão social dos públicos excluídos, TG responde que pode contribuir de várias maneiras, sendo uma delas "através da linguagem acessível", o que começa, desde logo, nas legendas dos objetos que se encontram expostos nos museus (Guerreiro, novembro, 2024). TG refere, igualmente, o papel da internet e, sobretudo, das redes sociais, que "permitem o contacto direto com o público", mesmo à distância (Guerreiro, novembro, 2024).

6.1.3.3 Subcategoria – Envolvimento das pessoas com deficiência

Conforme evidenciado na Tabela 18, os entrevistados referem-se às instituições e às associações 16 vezes e à "consultoria" 4 vezes. No 2º capítulo deste documento, o termo "consulta" é empregue para designar o processo pelo qual o "fornecedor" ouve "ativamente" e considera "cuidadosamente" os comentários e ideias dos "beneficiários" sobre o que os incomoda e o porquê (Grunig, 2023, p.237). Um museu pode consultar os públicos com deficiência e as suas organizações representativas para dois propósitos distintos: no desenvolvimento, na testagem e na avaliação de novas soluções acessíveis e inclusivas (Garcia, Mineiro e Neves, 2017, p.7) e no desenvolvimento de um plano de comunicação (Nações Unidas, 2021, pp.3-4).

Foi colocada aos entrevistados a questão de saber se, no desenvolvimento de uma nova exposição ou programa educativo, é realizado um processo de consulta junto dos públicos com deficiência, com o objetivo de identificar as suas necessidades e desafios. MJ (Museu Calouste Gulbenkian) e TG (Museu Bordalo Pinheiro) responderam que não, enquanto LP, também do Museu Bordalo Pinheiro, respondeu que esse processo é, de facto, realizado. A entrevistada refere que tal consulta é efetuada, inclusivamente, com as associações, embora se restrinja ao âmbito do desenvolvimento da programação. LP refere que sempre que a equipa se prepara para receber um público específico, procura estabelecer contacto com esse público, não apenas no contexto das sessões do "Diagnósticos Bordalianos", mas também por via de iniciativas externas promovidas pela própria equipa. MJ (Museu Calouste Gulbenkian) por sua vez, esclarece que, aquando da inauguração da primeira exposição acessível, "Faraós Superstar", a equipa criou um *focus group* "informal", portanto, não "protocolado", que tem "estado a crescer" e a acompanhar todas as exposições. O retorno e os contributos deste *focus group* são determinantes para o desenvolvimento de novas exposições. Deste *focus group* fazem parte alguns indivíduos pertencentes à APEC e à Fundação Raquel e Martin Sain, bem como outros que não se encontram associados a qualquer instituição (João, novembro, 2024).

MJ refere que o museu já recorreu, no passado, a outros métodos para conhecer as necessidades e desafios dos públicos com deficiências: "Sim, nós pedimos à APEC para vir cá e para trabalhar connosco. [...] Trabalhámos também diretamente com o INR [...] e inclusivamente com APS [Associação Portuguesa de Surdos], [...] com quem criámos mesmo uma parceria, [...] antes da pandemia, em 2018/2019." Contudo, sublinha que, na sua opinião, a abordagem que produziu "mais resultados" foi a do *focus group* (João, dezembro, 2024).

Esta prática vai ao encontro da recomendação das autoras Garcia, Mineiro e Neves (2017) que advogam a consolidação de um grupo consultivo composto por pessoas com deficiências e pelas suas organizações. Este grupo deverá desempenhar um papel ativo não só no desenvolvimento, mas também na testagem e avaliação de novas soluções acessíveis (p.7).

Importa referir que a Fundação Calouste Gulbenkian estabelece diversas parcerias, destacando-se, por exemplo, a parceria com a Access Lab, que produz "vídeos com pessoas a divulgar os eventos em Língua Gestual Portuguesa", os quais são partilhados nos seus canais de comunicação (João, novembro, 2024).

O Museu Bordalo Pinheiro também estabelece parcerias deste género. LP sublinha que, antes de desenvolver uma atividade, o museu procura identificar as necessidades dos públicos com NEE. Explica que Teresa Costa reúne-se com diversas associações e instituições. Segundo LP, os seus associados constituem o público-alvo a que o museu pretende chegar. Essas associações "são, no fundo", seus "parceiros" (Pina, novembro, 2024).

LP refere, ainda, que, no que concerne às visitas em LGP, a equipa concebeu uma série de possíveis nomes para as mesmas, as quais foram submetidas à apreciação da mediadora Surda, a pessoa responsável pelas visitas. LP e TG referem, inclusivamente, que a mediadora elaborou, de forma voluntária, um vídeo com o objetivo de as divulgar. As Nações Unidas (2021) defendem precisamente que as pessoas com deficiência podem contribuir para a riqueza e qualidade dos conteúdos e materiais de comunicação (pp.3-4).

Importa referir que à data da entrevista, encontrava-se a decorrer no museu "uma consultoria por parte da APPDA, que é a Associação Portuguesa Para A Perturbação do Défice de Atenção" (Costa, novembro, 2024). De acordo com TC, esta consultoria teve 2 objetivos: avaliar, por um lado, "a parte da comunicação para este tipo de público" e, por outro, "a parte do serviço educativo" (Costa, novembro, 2024). TC acrescenta que, à data da entrevista, a APPDA previa a entrega de um relatório, no qual seriam apresentadas "diretrizes" para "adequar a comunicação e as atividades do serviço educativo a este tipo de público". Segundo TG, existe, de facto, "uma tentativa de aproximação a estas associações", que funcionam como "uma espécie de intermediário" entre o museu e o público - um público "ao qual temos [...] muita vontade de chegar" (Costa, novembro, 2024).

Importa aqui referir um aspeto referido por TC: "nós perguntámos como é que estas associações queriam que fosse a comunicação com elas. Portanto, o nosso início foi assim. Foi: 'como é que é a melhor maneira de vos chegarmos?'. Como resposta, as associações indicaram preferir o contacto por e-mail (Costa, novembro, 2024).

No que diz respeito ao feedback do público com deficiência acerca da acessibilidade das exposições e dos programas educativos promovidos pelo museu, TC refere que, no caso das visitas áudio-descritas - que ocorrem com maior regularidade e há mais tempo - é sempre reservado um momento no final da visita para perguntar que aspetos podem ser melhorados. Segundo a própria, são "consultas informais". O contacto é "muito direto e pessoal". Este feedback é, muitas vezes, comunicado verbalmente; embora, conforme refere TC, algumas vezes "chega por escrito" (Costa, novembro, 2024).

De acordo com TG, o museu recebe igualmente retorno através do livro de visitas e, por vezes, através da plataforma Google, onde reúne "centenas de avaliações e comentários". No entanto, "o principal feedback é dado pelos visitantes no final [...] das atividades" (Guerreiro, novembro, 2024). LP acrescenta que o retorno é obtido não apenas através de "comentários espontâneos", mas também através do correio eletrónico (Pina, novembro, 2024).

LP refere ainda ter apresentado várias "propostas de questionários", reconhecendo, no entanto, que o questionário é todo um "desafio", uma vez que, no final das visitas, os participantes tendem a preenchê-lo de forma "irrefletida", o que pode levar a equipa do museu a pensar que está a realizar "um trabalho médio", quando, na realidade, poderá corresponder a um trabalho insatisfatório. LP conclui que "faz mais sentido" promover uma "relação continuada" com os públicos, uma vez que tal abordagem permite obter um feedback mais fidedigno (Pina, novembro, 2024). TC complementa este ponto, salientando que, em vez de solicitar o preenchimento de um questionário, é preferível dedicar entre dez e quinze minutos a "conversar" com os visitantes, para aferir o seu grau de satisfação. Acrescenta esse contacto direto representa "o *real feel* da visita" (Costa, novembro, 2024).

Ainda no que concerne aos questionários, MJ refere que, há alguns anos, o Museu Calouste Gulbenkian recorria a este método para avaliar as atividades. Segundo a própria, os questionários eram entregues aos responsáveis pelos grupos e, nos cinco minutos após o término da atividade, eram preenchidos e devolvidos à equipa do museu (João, dezembro, 2024). Acrescenta que, por vezes, alguns responsáveis levavam o questionário consigo, comprometendo-se a enviá-lo posteriormente por email; contudo, tal envio nem sempre se concretizava. Ainda assim, refere que este método permitia identificar "alguns interesses" do público (João, dezembro, 2024). Refere, no entanto, que os inquéritos incidiam "na qualidade da atividade, sobretudo ao nível do mediador". Esta prática acabou por ser abandonada, por não se considerar "uma boa política [...] avaliar um mediador que é externo." (João, novembro, 2024).

Foi questionado a alguns dos entrevistados se consideram que a colaboração com influenciadores digitais com deficiência constitui uma estratégia eficaz para os museus, funcionando como uma forma de consulta. BS manifesta-se favorável à ideia, afirmando: "Eu diria que sim" (Saraiva, novembro, 2024). TG também é favorável, dizendo: "Não tenho a menor dúvida, claro que sim", (Guerreiro, novembro, 2024) dando como exemplo o projeto "Vai de Rodas", "que esteve cá no museu recentemente" e publicou "um vídeo no Youtube sobre a sua experiência" (Guerreiro, novembro, 2024). Conclui,

referindo: se "é eficaz, eu tenho quase a certeza que é", dizendo que os seguidores destes "projetos muitos específicos" correspondem aos públicos que podem beneficiar da programação acessível e inclusiva proposta pelo museu. As perspetivas de BS e TG encontram eco em Brenneman (2023), que defende a importância de colaborar com criadores de conteúdo com deficiência enquanto forma de consulta, constituindo esta uma estratégia que merece ser considerada. Segundo a autora, estes influenciadores podem contribuir de múltiplas formas, nomeadamente na definição dos temas e dos conteúdos a abordar, na seleção dos canais de comunicação mais adequados e na identificação do tipo de linguagem mais apropriado a utilizar.

6.1.3.4 Subcategoria – Coordenador da acessibilidade

Foi colocada aos entrevistados a pergunta de saber se, no respetivo museu, há uma equipa ou colaborador responsável pela inclusão. A este propósito, LP afirmou que, num museu que se pretende inclusivo, não deverá haver uma equipa dedicada apenas a esta área. Pelo contrário, defende que toda "a equipa do museu deve ter isso em mente". A inclusão social deve ser "transversal a todas as áreas do museu" (Pina, novembro, 2024). Sublinha, contudo, que existe uma colaboradora dedicada à área da inclusão - Teresa Costa - que integra o serviço educativo, mas que articula com todas as áreas do Museu Bordalo Pinheiro. LP sublinha que, embora já existisse um "diálogo" entre o serviço educativo e a curadoria, este "se intensificou" com a entrada de Teresa Costa no museu.

LP refere ainda que, para conceber exposições acessíveis e para o desenvolvimento das acessibilidades físicas "é necessário criar grupos de trabalho". Esses grupos devem integrar os responsáveis pelas acessibilidades, mas também as áreas de financiamento e captação de fundos, bem como as equipas de curadoria (Pina, novembro, 2024).

No Museu Calouste Gulbenkian, a equipa de Mediação Cultural e Estratégia Digital, mencionada anteriormente, é composta por 2 grupos: "uma parte da equipa é do serviço educativo e a outra parte é de comunicação e estratégia digital" (João, novembro, 2024). Margarida João, que pertence a esta equipa, é responsável pela parte da programação acessível, sublinhando, contudo, que os seus colegas Ricardo e Diana, que fazem parte do serviço educativo, implementam também projetos do foro inclusivo.

MJ recorre, também, ao termo "diálogo" para referir que o serviço educativo colabora com os conservadores e com os curadores. Sublinha, inclusivamente, que, em termos institucionais, verifica-se uma relação "mais horizontal", que "potencia" a programação. Os conservadores, por exemplo, participam na programação. Existem as "visitas com o curador" ou as "visitas com o especialista" (João, novembro, 2024). Neste âmbito, MJ

refere que: "O percurso tátil [...] tem de ser feito com a equipa de arquitetos, [...] de montagem, [...] de planeamento, de conservadores" (João, novembro, 2024).

Verifica-se, a partir da análise aqui desenvolvida, que ambos os museus dispõem de um colaborador responsável por coordenar a acessibilidade. Isto vai ao encontro do que é defendido pela Acesso Cultura (2020, p.47) que sublinha ser fundamental existir, na equipa do museu, um colaborador responsável por coordenar esta área. No entanto, a mesma associação reconhece que ainda são escassas as instituições que atribuem esta função específica a um colaborador. A Acesso Cultura (2020) sublinha, ainda, que este profissional assume diversas responsabilidades, entre as quais se destacam considerar a acessibilidade em todas as iniciativas promovidas pelo museu e articular-se com os diferentes departamentos do museu (pp.47-48). Tanto TC, do Museu Bordalo Pinheiro, quanto MJ, do Museu Calouste Gulbenkian, colaboram ou articulam com os diferentes departamentos dos respetivos museus. Ainda que, nesta análise de conteúdo, a palavra "diálogo" e a palavra associada -"articulação" - surjam apenas 8 vezes, verifica-se que existe uma colaboração interdepartamental.

Embora Teresa Costa seja a colaboradora "responsável por garantir que, dentro do museu, [...] a acessibilidade e a inclusão" está a ser considerada em todas as áreas, LP, refere que também faz "essa articulação", acrescentando que tudo o que programa, envia para o Tiago Guerreiro para ser divulgado (Pina, novembro, 2024). No entanto, quando são atividades para todos os públicos, incluindo aqueles com NEE, Teresa Costa estabelece "essa ponte com o Tiago", uma vez que, conforme refere, "a comunicação acessível é todo um mundo" (Pina, novembro, 2024).

MJ reforça que, embora não seja profissional da área da comunicação, é, por vezes, quem assume a responsabilidade por essa função, sobretudo no contacto com o público com NEE. Reconhece, contudo, sentir "alguma dificuldade em saber como" comunicar ou em compreender de que forma a mensagem "pode ser mais facilmente" apreendida (João, novembro, 2024). A este propósito, partilha que os canais privilegiados para comunicar com os públicos com deficiência visual são o telemóvel e o correio eletrónico. Contudo, está consciente de que, no caso do email, deve evitar o recurso às chamadas "informações complementares numa frase", "o abre parenteses", o "travessão", "a barra com o/a ou os/as", "o plural, o feminino" (João, novembro, 2024).

Importa referir, ainda, um tópico salientado por MJ: o trabalho desenvolvido com os fornecedores. A entrevistada caracteriza esse processo como uma constante "troca de ideias" (João, novembro, 2024) que, na prática, e frequentemente, assume a forma de pequenas formações informais, consideradas particularmente enriquecedoras: "são

maravilhosas porque fico sempre a aprender um bocadinho mais" - "o tipo de letra que funciona, outro tipo de letra que também funciona, o tamanho da letra que funciona para a baixa visão, qual é que é o nível de contraste [...] ou se há outras cores que também permitem" (João, novembro, 2024).

No que respeita ao público neurodivergente, MJ reconhece ter alguma dificuldade em identificar a forma de comunicação mais adequada questionando-se, por exemplo, sobre a pertinência do correio eletrónico enquanto canal eficaz. Sublinha, ainda, que o modo como tem comunicado a programação acessível para os públicos com deficiência visual não tem produzido os resultados pretendidos, o que poderá dever-se a uma "falha de comunicação" ou até à "estratégia" adotada. Este é, nas suas palavras, o principal "constrangimento" que enfrenta (João, novembro, 2024).

Pelos dados que foram analisados, conclui-se que MJ assume a responsabilidade de comunicar com os públicos com NEE. A este propósito, importa lembrar a posição da associação Acesso Cultura (2020), que defende que o colaborador responsável pela coordenação da acessibilidade deve também garantir uma comunicação eficaz com o exterior, nomeadamente com outras entidades culturais, associações e com o próprio público.

6.1.4 Categoria – A comunicação multissensorial

6.1.4.1 Subcategoria – Recursos de comunicação multissensorial

No primeiro capítulo deste documento são mencionados vários recursos orientados para a promoção da acessibilidade e da inclusão nos museus, incluindo um subcapítulo especificamente dedicado à comunicação multissensorial. Alguns desses recursos são também referidos pelos entrevistados, conforme ilustrado na Tabela 20, apresentada no Apêndice 14. Proceder-se-á, de seguida, à análise dos contributos dos entrevistados no domínio em questão.

Importa referir, antes de prosseguir, que, numa análise de conteúdo, a repetição de um mesmo termo ou palavra em mais do que uma categoria deve ser evitada. Contudo, nesta subcategoria verifica-se a contabilização do termo "recurso", apesar de este já ter sido registado na primeira subcategoria. Esta situação deve-se a uma razão específica. Na subcategoria "inclusão social no museu", a palavra "recurso" foi registada apenas quando foi empregue para expressar a falta de recursos, designadamente financeiros, materiais ou humanos, por parte dos museus. Nesta subcategoria, a palavra "recurso", assim como os termos a ele associados, foi contabilizada apenas quando utilizada para referir os diversos suportes e instrumentos disponibilizados pelos museus com o objetivo de promover uma experiência museológica inclusiva.

Das entrevistas realizadas com BS e MJ, é possível constatar que o Museu Calouste Gulbenkian tem desenvolvido mostras e programas multissensoriais. A primeira mostra a ter recursos multissensoriais foi a "Faraós Superstar", inaugurada em 2022. Segundo MJ, foi desenvolvido um percurso tátil composto por cinco estações, o qual integrava, para além de materiais em 3D, conteúdos textuais em formato ampliado. Foram, ainda, produzidos vídeos com conteúdos relacionados com a exposição, que incluíam tradução para Língua Gestual Portuguesa.

A segunda exposição multissensorial, intitulada "Tesouro dos Reis. Obras-primas do *Terra Sancta Museum*", foi inaugurada em 2023. De acordo com MJ, foi desenvolvido um percurso com cinco estações. Para tal, a equipa do museu trabalhou com a empresa Logos Acesso, reconhecida pelo seu trabalho na área da acessibilidade. Esta empresa colaborou tanto na escolha dos materiais, que consistiram em "representações táteis" com "linhas, pontos e manchas de área", acompanhadas por uma "tabela alargada" e respetiva "legenda", como na "construção de guiões de audiodescrição" (João, novembro, 2024).

A terceira e mais recente exposição multissensorial desenvolvida intitula-se "Veneza em Festa: De Canaletto a Guardi", que incluiu sete estações. Segundo MJ, esta mostra apresenta "também outra novidade", os recursos de audiodescrição com sonoplastia e sonoplastia na sala (novembro, João, 2024). MJ sublinha que a audiodescrição tem como som de fundo "composições musicais", (João, novembro, 2024) e que, na sala da exposição, é reproduzido um áudio com sons de gaivotas, água, sinos do campanário e vozes humanas, recriando a atmosfera festiva veneziana.

Neste sentido, importa recuperar a perspetiva da Acesso Cultura (2020) e de Garcia, Mineiro e Neves (2017, p.75). Estes autores salientam o contributo dos materiais táteis, como maquetes, reproduções em relevo, impressões 3D, bem como da audiodescrição, que pode ser realizada ao vivo, durante uma visita, ou ser gravada em audioguias, para a inclusão de pessoas com deficiência visual. Além disso, importa destacar o contributo de Cortez (2021, pp.8-21) que defende que os museus podem recorrer à prática *sound as ambiance*. Segundo a autora, é possível dotar uma mostra - independentemente do seu tema - de "uma camada sonora que proporcione um mundo sonoro temático, afetivo ou emocionalmente evocativo" (p.17).

LP refere que o Museu Bordalo Pinheiro dispõe de "instrumentos" ou "recursos" que são "específicos para públicos" com NEE. Contudo, refere que esses recursos não são, ainda assim, de uso exclusivo (Pina, novembro, 2024).

O museu disponibiliza cadernos em escrita pictográfica, destinados tanto a visitantes com deficiência intelectual como a famílias com crianças, bem como desenhos em alto relevo, que podem ser tateados. Estes recursos, segundo LP, podem ser solicitados na bilheteira. Importa recuperar uma das recomendações da Acesso Cultura (2020) - os museus devem disponibilizar guias com pictogramas como alternativa para apresentar os conteúdos do museu a pessoas com deficiência intelectual.

O museu disponibiliza, também, de acordo com LP e TG, objetos originais da Fábrica Bordalo Pinheiro, bem como peças da coleção, que podem ser manuseadas, sendo este "um dos fatores mais referidos, como de entusiasmo para vir ao museu" (Costa, novembro, 2024). Este recurso tem sido valorizado pelos visitantes com deficiência visual, conforme refere TC. Por outro lado, as réplicas - as impressões em 3D - não despertam nos visitantes o mesmo entusiasmo que o contacto com o objeto original proporciona (Costa, novembro, 2024).

TC refere, ainda, um outro recurso que foi pensado para as pessoas com cegueira e baixa visão: na exposição "Conversas à Solta" encontrava-se disponível um código QR que remetia à audição de cartas. De acordo com TG, este é um trabalho que é "feito sobretudo pelo educativo, [...] em parceria com a museografia" (Guerreiro, novembro, 2024).

TG, por sua vez, refere outro recurso que o museu oferece: a plataforma Zoomguide, que permite aos visitantes aceder a conteúdos sobre cada um dos objetos expostos. TG explica que, ao direcionar o smartphone para um objeto, o visitante recebe informações sobre o mesmo em formato textual, áudio e em sete idiomas. Embora o Zoomguide não seja uma aplicação para smartphones, vale a pena recuperar uma das recomendações de Garcia, Mineiro e Neves (2017, p.78) para as aplicações. De acordo com as autoras, estas devem oferecer conteúdos em áudio e vídeo, sendo este último passível de incluir Língua Gestual. A plataforma referida por TG disponibiliza conteúdos em texto e áudio, mas não contempla a componente em vídeo.

Por seu lado, BS e MJ referem que um dos recursos disponibilizados aos visitantes do Museu Calouste Gulbenkian durante uma visita autónoma é o audioguia. BS refere, contudo, que a sua equipa tem vindo a reformulá-lo de modo a torná-lo acessível a pessoas com deficiência sensorial. A equipa de Mediação Digital pretende disponibilizar audiodescrição com sonoplastia. MJ acrescenta que pretendem incluir, também, vídeo, embora tal irá depender "do tipo de dispositivo ou do software que o audioguia terá" (João, novembro, 2024).

Garcia, Mineiro e Neves (2017) recomendam o desenvolvimento de audioguias nos museus, devendo estes disponibilizar conteúdos em múltiplos idiomas, nomeadamente português, inglês e outras línguas pertinentes. As autoras referem, ainda, que introduzir música de fundo ou efeitos sonoros contribui "para sublinhar a mensagem e facilitar a criação de imagens mentais" (p.75).

Nas atividades, MJ refere que é comum utilizar "objetos mediadores", materiais que "ajudem a pessoa a participar na atividade" (João, dezembro, 2024). MJ apresenta como exemplo a atividade "Museu Portátil", que possui uma forte componente sensorial. As mediadoras desenvolveram um "género de lápis de cera", elaborado a partir de especiarias, o qual, ao ser utilizado pelos participantes na atividade de desenho, liberta o respetivo aroma (João, dezembro, 2024). A própria refere que utilizar especiarias se justifica plenamente, dado que a atividade decorre no núcleo dedicado ao Oriente Islâmico.

Na sala dedicada à pintura do século XIX, cada participante recebe uma base rígida, semelhante a uma prancheta, contendo elementos naturais, como, por exemplo, cascas de tronco de árvore. As mediadoras pedem aos participantes que estabeleçam relações entre os elementos naturais e a paisagem representada na pintura. Após este momento de reflexão, inicia-se a atividade artística propriamente dita, na qual se aplica a técnica de *frottage*. Para tal, são utilizados materiais como papel vegetal, que é colocado sobre a prancheta juntamente com os restantes elementos. Aos participantes é disponibilizado um grafite equipado com uma pega, de modo a facilitar a utilização por pessoas com mobilidade reduzida. Através da fricção do grafite sobre o papel, são impressas as texturas dos elementos naturais.

MJ partilha outro exemplo. No núcleo da China e do Japão, as mediadoras podem disponibilizar objetos alusivos ao mesmo. Os objetos podem ser manuseados por todos os participantes, permitindo-lhes sentir o peso e o relevo da tinta.

Importa relembrar a perspetiva de Classen (2005), citada por Morgan (2012) - nos primeiros museus, com origem entre os séculos XVII e XVIII, os visitantes, através da exploração multissensorial, aprendiam as "qualidades materiais" dos artefactos, como "o peso, a forma, a textura, o odor e a construção". Tais características, como sublinha Morgan (2012) não podiam ser completamente percebidas utilizando apenas o sentido da visão (p.66).

LP e TC do Museu Bordalo Pinheiro referem que nos programas estão contemplados todos os sentidos, tomando como exemplo o programa "Quem sou Eu?". Também TG refere que, nas atividades são explorados outros sentidos, mencionando, por exemplo,

o paladar. Na atividade "O Bordalo à mesa", os participantes podiam, inclusivamente, provar um pepino. LP refere, no entanto, que o museu nunca desenvolveu, no passado, exposições ou programação nos quais os diferentes sentidos estivessem incluídos, acrescentando que, presentemente, não oferece experiências multissensoriais.

O museu encontra-se, contudo, a preparar a próxima exposição permanente, a qual, segundo TG, permanecerá por um período estimado entre 10 e 20 anos. Integrará uma variedade de recursos acessíveis, incluindo, eventualmente, os multissensoriais, com a inclusão dos sentidos do olfato e do paladar, que normalmente "são menos ativados" (Guerreiro, novembro, 2024).

Esta perspetiva de que os sentidos do olfato e do paladar "são menos ativados" é corroborada por Mesquita e Carneiro (2016) cujo estudo, desenvolvido em museus de quatro cidades europeias - incluindo Lisboa -, constatou que as experiências olfativas e de degustação são "largamente negligenciadas" (p.384).

Questionada sobre a sua perspetiva quanto ao futuro das práticas multissensoriais no museu, LP responde que "implicaria todo um investimento nos museus que, neste momento", não existe, sobretudo no "panorama museológico português" (Pina, novembro, 2024). Salaria ainda que, embora concorde que "as experiências multissensoriais fazem todo o sentido" (Pina, novembro, 2024) na medida em que permitem alcançar uma maior diversidade de públicos, estas "tecnologias que devem estar ao serviço da mensagem do museu" (Pina, novembro, 2024). A mesma refere que a EGEAC tem vindo a investir na área da acessibilidade e, nesse sentido, contratou uma profissional para ficar responsável por este domínio, a qual possui também experiência prévia na elaboração e submissão de candidaturas a financiamentos. LP explica que, tendo experiência em financiamento e candidaturas, essa pessoa poderá trazer novidades no que toca às experiências multissensoriais, bem como a outro tipo de ferramentas que, atualmente, não se encontram disponíveis no museu.

Sobre a forma como perspetiva o futuro destas práticas no museu, TG afirma que "é tendencialmente, pelo menos no universo nacional, talvez no universo europeu", melhor do que o passado (Guerreiro, novembro, 2024). MJ, do Museu Calouste Gulbenkian, por sua vez, declara que a intenção é "expandir" (João, novembro, 2024).

MJ refere que está, atualmente, em curso, no Museu Calouste Gulbenkian, um projeto desenvolvido em parceria com o *Fab Lab* da Escola Superior de Educação de Lisboa, com o nome "Art to Touch", cujo objetivo consiste em produzir réplicas de obras ou peças de arte para os públicos com cegueira ou baixa visão. MJ sublinha, ainda, que

pretendem igualmente testar quais os materiais, além do plástico - pouco aceitável nos museus - que podem ser utilizados na criação de réplicas táteis duradouras e laváveis.

MJ afirma, posteriormente, desconhecer se haverá interesse em integrar o olfato nas exposições, acrescentando que, entre os cheiros e os sabores, será mais viável optar pelos primeiros, uma vez que a entrada de alimentos no museu é proibida. Como refere, os cheiros poderão ser sintéticos, mas a comida não pode sê-lo (João, dezembro, 2024). Importa referir, contudo, que é permitido utilizar alimentos nas atividades realizadas nas salas adjacentes ou de apoio, como tem vindo a ser praticado até agora. Nas atividades do 'Entre Vizinhos', MJ refere que chegaram a realizar-se encontros em torno de uma mesa com comida. MJ considera que estes momentos de convívio são importantes para estes públicos (João, dezembro, 2024).

Antes da pandemia, foi ainda desenvolvida uma outra atividade de carácter sensorial. MJ refere que esta tinha início no núcleo expositivo dedicado ao Egito, onde as mediadoras realizavam uma breve introdução à cultura egípcia. De seguida, o grupo, acompanhado pelas mediadoras, deslocava-se para outra sala, onde eram utilizados diversos recursos didáticos, entre os quais o papiro - material produzido a partir da planta homónima, que, segundo MJ, cresce nos jardins do museu. Outros elementos utilizados incluíam o grão-de-bico e as tâmaras, sendo o primeiro destinado apenas à observação e o segundo à degustação. Os participantes eram, por fim, convidados a construir pequenas pirâmides em cartão e a utilizar carimbos com hieróglifos para compor uma cartela personalizada com o seu nome.

MJ menciona que o museu encerrará para obras, prevendo-se a sua reabertura em 2026, momento propício para o desenvolvimento de recursos e programação sensoriais, nomeadamente aqueles associados ao paladar. Acrescenta que poderá ser pertinente, no futuro, integrar o olfato na sala da exposição permanente.

Importa destacar a resposta de MJ à pergunta sobre quais são os principais desafios enfrentados pelo serviço educativo ao implementar mostras multissensoriais no Museu Calouste Gulbenkian. MJ sublinha que o "trabalho transversal entre equipas é maravilhoso", não abdicando dele. No entanto, "leva muito tempo", acrescentando que, relativamente aos percursos táteis, "os tempos são muito curtos para conseguir fazer tudo". Como única colaboradora responsável por este tipo de iniciativas, não só tem de articular "com a equipa interna", como "com a equipa de fornecedores externos" (João, dezembro, 2024). MJ acrescenta que não é "um trabalho de chave na mão", mas um processo demorado. A mesma refere que durante o desenvolvimento da exposição "Veneza em Festa", "foram vários os telefonemas a meio de um percurso para casa,

foram vários os telefonemas fora de horas, porque era preciso" (João, dezembro, 2024). Para concluir, MJ sublinha que se, por um lado, o museu possui "um potencial" enorme, decorrente da "diversidade" e do "conhecimento da equipa", por outro lado, essa mesma riqueza pode tornar-se um obstáculo quando o tempo disponível para o desenvolvimento do trabalho é reduzido e há um número elevado de membros das equipas envolvidos, cada um com ideias próprias.

6.1.4.2 Subcategoria - A comunicação multissensorial enquanto experiência enriquecedora

Embora este tema tenha sido abordado apenas pontualmente nas quatro entrevistas realizadas, registam-se algumas ocorrências, conforme apresentado na Tabela 21, que se encontra no Apêndice 14. A expressão "É para todos" surge em cinco ocasiões. Por sua vez, a expressão "Largamente enriquecedor" surge quatro vezes.

Conforme refere MJ, os percursos táteis não se destinam exclusivamente a públicos com cegueira ou baixa visão; pelo contrário, são "para todos os públicos" (João, novembro, 2024). MJ acrescenta, em momento posterior, que os recursos desenvolvidos com o propósito de responder às necessidades destas pessoas, revelam-se enriquecedores para "todos os outros públicos", incluindo, nomeadamente, o público infantil (João, novembro, 2024). Importa mencionar, no entanto, que MJ considera a comunicação multissensorial uma estratégia particularmente eficaz na promoção da acessibilidade para as pessoas com deficiências sensoriais.

TC, do Museu Bordalo Pinheiro, partilha a mesma perspetiva, referindo que diversos estudos demonstram a importância dos sentidos para as pessoas com cegueira ou com baixa visão. Acrescenta, contudo, que, ao implementar estes recursos, o museu não se dirige "apenas a estas minorias", reconhecendo que o envolvimento dos vários sentidos contribui para "uma experiência mais completa" e gratificante" para todos (Costa, novembro, 2024).

Estas perspetivas convergem com as de autores como Harada et al. (2018), Neves (2010) e Feenstra (2015). Os recursos sensoriais emergem como os mais promissores "para todas as categorias de pessoas", incluindo pessoas com deficiência, mas também pessoas da terceira idade, jovens e outros grupos (Harada et al., 2018, p.2221). Neves (2010) reforça, por sua vez, que a comunicação baseada nos sentidos pode melhorar a experiência de todos os visitantes, incluindo aqueles com deficiências sensoriais, como pessoas cegas e surdas. A autora sublinha, contudo, que "ao abrir o museu a visitantes cegos [...] facultar-se-á a todos os visitantes experiência únicas", acrescentando que

"pensar em soluções para surdos, permitirá oferecer serviços que serão igualmente úteis a visitantes sem limitações auditivas" (p.183).

Para MJ, do Museu Calouste Gulbenkian, o paladar e o olfato "estão muito próximos" na medida em que, por vezes, é possível "saborear" aquilo que se cheira - fenómeno que, acrescenta, evoca memórias (João, dezembro, 2024). A perspetiva de MJ encontra respaldo nas propostas de Stevenson (2014) e Martins (2020). O primeiro autor defende que odorizar as salas dos museus apresenta benefícios, uma vez que os odores "podem servir como poderosos gatilhos de memória, [...]" (p.152). A segunda autora sublinha, inclusive, que tanto o sentido do paladar como o olfato contribuem para a consolidação de memórias, bem como para a construção de conhecimento (p.114).

MJ sublinha, de seguida, a importância dos sentidos - em particular do paladar - nos programas desenvolvidos pelo museu. Com base nos exemplos mencionados nas duas entrevistas em que participou, é possível concluir que o paladar constitui um recurso com potencial para captar a atenção dos participantes e promover o seu envolvimento nas atividades propostas. Para MJ, a estimulação dos cinco sentidos contribui para concretização de "conceitos mais abstratos" (João, dezembro, 2024). A entrevistada acrescenta que são vários os projetos desenvolvidos pelo museu que incluem elementos sensoriais como a comida – como aqueles realizados nas salas de apoio, conforme anteriormente analisado -, bem como o som. No caso das atividades dirigidas a "públicos que não comunicam verbalmente", refere que a comunicação ocorre, sobretudo, através de "sons não verbais" e de gestos corporais (João, dezembro, 2024). Trata-se de uma lógica de imitação: "eu faço e tu imitas" ou, no caso da voz, "eu faço um som e tu tentas imitar", sendo, ainda, possível inverter a dinâmica, "ele faz e eu imito" (João, dezembro, 2024).

De acordo com MJ, os odores dos espaços ajudam as pessoas cegas a orientarem-se e a identificarem pessoas. A sua perspetiva converge com o argumento de Stevenson (2014), que defende que a aromatização de determinados ambientes pode revelar-se útil para pessoas cegas, na medida em que estas podem recorrer ao olfato como pista sensorial para se orientarem em ambientes desconhecidos.

MJ sublinha que, caso um museu pretenda introduzir os diferentes sentidos nas suas atividades, estes devem ser criteriosamente selecionados e devidamente enquadrados no contexto das ações desenvolvidas. Acrescenta que os odores não necessitam de ser necessariamente "agradáveis", exemplificando com o caso de um museu que introduziu o cheiro a fossa como complemento a uma mostra. Embora seja um odor desagradável", neste contexto "fazia todo o sentido" (João, dezembro, 2024).

MJ sublinha, ainda, que de pouco serve uma exposição "linda ao olho", se esta não refletir adequadamente as experiências vividas pelas pessoas que protagonizaram os acontecimentos representados (João, dezembro, 2024). Refere que, ao integrar um odor como, por exemplo, a fossa, quase que se é "transportado para lá" (João, dezembro, 2024). Segundo MJ, "Isto é um recurso bem utilizado" (João, dezembro, 2024).

Conclui-se, assim, que o odor pode provocar no visitante uma sensação de conexão com o objeto ou tema representado. Embora alguns cheiros possam despertar emoções negativas, em virtude da sua natureza desagradável, tal não implica que essas emoções sejam indesejáveis; pelo contrário, podem ser pertinentes, contribuindo para a compreensão global da exposição, conforme defende Stevenson (2014, p.152).

6.1.5 Categoria - As RP e a Comunicação Multissensorial

Na Tabela 22, que está disponível para consulta no Apêndice 14, destaca-se o termo "divulgação", associado ao verbo "divulgar" e às formas verbais "divulga" e "divulgam", bem como a expressão "contactar diretamente". A primeira surge 8 vezes no *corpus* em análise, enquanto a segunda surge 6 vezes. De seguida, proceder-se-á, à análise da forma como o museu divulga as exposições e atividades acessíveis e multissensoriais, bem como se existem estratégias específicas para a sua divulgação junto do público, incluindo as pessoas com deficiências sensoriais.

Foi questionado a todos se o museu comunica a dimensão multissensorial dos seus projetos. BS e MJ, do Museu Calouste Gulbenkian, responderam afirmativamente, esclarecendo que para além de ser fundamental "chegar às pessoas que podem usufruir destes recursos, destas visitas", direcionar a comunicação para este fim "mostra a importância que damos a este tipo de iniciativas" (Saraiva, novembro, 2024). MJ refere que, no website, na página dedicada às atividades por marcação, se encontram listadas todas as iniciativas, incluindo aquelas concebidas para públicos com deficiência. Acrescenta que é fácil identificar quais dessas atividades têm como público-alvo pessoas com deficiência. Estas atividades estão agrupadas sob a categoria "Necessidades Educativas Específicas", sendo que, no descritivo de cada uma, é indicada a população-alvo (João, dezembro, 2024). Na secção relativa à "programação da agenda" observa-se a mesma lógica, sendo perceptíveis quais as atividades destinadas a públicos com deficiência. Os próprios títulos evidenciam um carácter multissensorial. MJ aponta, como exemplos, os títulos "Percurso Tátil em Veneza" e "Veneza em Festa: Percurso Tátil". Nas sinopses são apresentados detalhes sobre as atividades, como, por exemplo, a existência de "sete estações táteis" e "audiodescrição"

(João, dezembro, 2024). Segundo MJ, a divulgação das atividades no website é da responsabilidade do serviço "Descobrir". A equipa de Mediação Cultural e Estratégia Digital faz, posteriormente, um "reforço" desse conteúdo, adaptando-o para as redes sociais, nomeadamente Instagram e Facebook, onde é geralmente publicado em formato de *stories* (João, dezembro, 2024).

LP, por sua vez, reconhece que, embora seja efetivamente comunicado, "não é uma estratégia" ou um "eixo estratégico" (Pina, novembro, 2024). TG parece partilhar a mesma opinião que BS e MJ, sublinhando que é importante que as pessoas que queiram ou necessitem dessa experiência multissensorial tenham conhecimento de que ela existe nos museus (Guerreiro, novembro, 2024).

No que diz respeito às estratégias específicas para divulgar e atrair diferentes perfis de público para as suas exposições e programas do foro multissensorial, verifica-se que no Museu Calouste Gulbenkian não existem; existe, não obstante, uma "estratégia geral de comunicação" (Saraiva, novembro, 2024). MJ sublinha que, apesar de não existirem estratégias específicas, a vontade "de chegar a públicos diversificados" é refletida na forma como a equipa do museu atua, transmitindo efetivamente essa intenção. Consequentemente, "mesmo que seja uma comunicação generalizada", tais preocupações estão sempre presentes (João, novembro, 2024).

Importa salientar um dos contributos de MJ que afirma que, no que diz respeito à comunicação no contexto das exposições acessíveis e multissensoriais, o museu ainda se encontra a dar os seus "primeiros passos" (João, novembro, 2024). MJ exemplifica, referindo que, na exposição temporária "Faraós Superstar", estavam disponíveis vídeos com intérprete de LGP e que alguns destes vídeos foram concebidos especificamente com este propósito, sobretudo no âmbito da mediação. Contudo, sublinha que tal ainda não se traduz numa prática consolidada ao nível da comunicação. BS acrescenta que "é um trabalho que ainda está por fazer [...]. Ou está a ser trabalhado", destacando que "estas prioridades existem [...] no nosso trabalho" (Saraiva, novembro, 2024).

MJ tem vindo a desenvolver, ao longo do tempo, uma *mailing list* "mais direcionada", que reúne os contactos dos públicos, ou seja, dos públicos que podem "beneficiar deste tipo que recursos" (João, novembro, 2024). MJ acrescenta que, para o percurso tátil da exposição "Veneza em Festa", bem como para as visitas agendadas para o mesmo, recorreu-se a essa *mailing list*, como principal meio de divulgação. Sublinha que esta divulgação é um "reforço da comunicação, parte sempre da comunicação preexistente" (João, novembro, 2024).

MJ refere, também, que contacta com o INR, a ACAPO e a APEC, com o intuito de divulgar as atividades dirigidas ao público com deficiência visual. Acrescenta que estas associações colaboram na divulgação dessas atividades, recorrendo aos seus próprios canais de comunicação (João, novembro, 2024).

O mesmo se verifica no caso das atividades destinadas ao público surdo, sendo as respetivas associações contactadas por email. No entanto, MJ admite desconhecer se, após esse contacto, as associações procedem efetivamente à divulgação das iniciativas junto dos seus associados. Refere, contudo, que, por exemplo, a Hands Voice, empresa de intérpretes que colabora com o museu, elabora uma agenda mensal na qual divulga as atividades promovidas pela instituição (João, novembro, 2024).

BS, por sua vez, refere que, desde a primeira mostra acessível, "Faraós Superstars", além da divulgação das visitas táteis - cuja responsabilidade recai sobre o Departamento "Descobrir", e não sobre o serviço de Mediação Cultural, a equipa deste último passou a incluir, no seu plano de conteúdos para as redes sociais, *posts* específicos destinados a divulgar as estações e os recursos acessíveis. Importa aqui recuperar a perspetiva de Garcia, Mineiro e Neves (2017, p.84) que defende que, ao divulgar uma determinada mostra ou atividade nas redes sociais, os museus devem referir expressamente a oferta multissensorial disponível.

TG refere que a estratégia mais eficaz passa por "contactar" os públicos, que, neste caso, são as associações representativas. Estas, por sua vez, contactam com os "seus associados", divulgando junto deles as iniciativas desenvolvidas pelo museu (Guerreiro, novembro, 2024). TG refere ainda outra estratégia: a criação, na página principal do website, de uma secção descrita como uma "espécie de agenda acessível" (Guerreiro, novembro, 2024) para concentrar e tornar visível toda a programação acessível oferecida pelo museu.

Foi também colocada a questão a BS e a TG sobre qual é o papel do departamento de comunicação, ou do responsável pela comunicação, na conceção de exposições ou programas de carácter multissensorial. Em resposta, BS afirmou que, quando "o projeto começa a ser pensado", é realizada uma reunião entre os "coordenadores dos diversos setores", os quais "trabalham em conjunto" na concretização das "ideias" ou "propostas" (Saraiva, novembro, 2024). Acrescenta que Inês Fialho Brandão, enquanto "coordenadora do setor" de Mediação Cultural e Estratégia Digital, "acaba por responder a estas duas partes", a da mediação bem como a da comunicação. De acordo com BS, existe um "cruzamento entre a curadoria e a comunicação, a mediação neste caso" (Saraiva, novembro, 2024).

Por sua vez, TG afirmou procurar "ser o mais prestável possível" no que se refere ao "pensamento" e ao "planeamento" de novos projetos: "Tento dar ideias porque, às vezes, é uma questão de [...] criatividade" (Guerreiro, novembro, 2024). Para a mostra designada "Conversas Soltas", que esteve patente na Biblioteca do museu, TG assumiu a responsabilidade pela gravação de algumas leituras e pela criação dos códigos QR. Esta abordagem está alinhada com o que defendem French e Runyard (2011). As autoras referem que é importante envolver o profissional de RP no desenvolvimento de novos produtos, no planeamento de exposições, atividades educativas, eventos e outras iniciativas (p.20). Além disso, as autoras referem que o pensamento criativo constituiu uma competência essencial do profissional de RP.

Importa referir a resposta apresentada por TG à pergunta sobre a existência de uma relação estratégica entre a função do departamento de comunicação e a comunicação multissensorial, no contexto da inclusão social no museu. Segundo TG existe, uma vez que "a comunicação é um dos departamentos, digamos, fundamentais para assegurar que é feita esta boa passagem de informação" e para "assegurar que os meios estão disponíveis" (Guerreiro, novembro, 2024). Refere, ainda que "é importante que haja [...] uma boa comunicação entre todos os departamentos [...] e [...] vontade de todos os departamentos para que isto se concretize" (Guerreiro, novembro, 2024).

À questão colocada a BS, do Museu Calouste Gulbenkian e a TG, do Museu Bordalo Pinheiro sobre se consideram que, ao desenvolver estratégias de comunicação para promover as exposições e programas de cariz multissensorial, o museu contribui para a inclusão de pessoas com deficiências sensoriais, BS respondeu afirmativamente. Por sua vez, TG afirmou: "eu, muito honestamente, gostaria de dizer que sim, que acho que está [...]. Mas quem sou eu, não é? Acho que essas pessoas é que podem dizer, mas eu creio que está" (Guerreiro, novembro, 2024).

6.2 Análise do *press clipping* aos Museus Bordalo Pinheiro e Calouste Gulbenkian

A presente análise é complementada pelos resultados obtidos através do *press clipping* efetuado ao Museu Bordalo Pinheiro e ao Museu Calouste Gulbenkian, ao longo de um período de três meses, entre 1 de outubro e 31 de dezembro de 2024 (Apêndice 22 e 23). Este levantamento terá sido pertinente para aferir se ambos os museus eram alvo de cobertura mediática. Para tal, seria necessário analisar o teor das mensagens veiculadas. E, sobretudo, verificar se nas notícias acerca das suas mostras e atividades, eram referidos recursos acessíveis por eles disponibilizados e as atividades inclusivas desenvolvidas. A recolha incidiu sob a imprensa digital, recorrendo-se, para o efeito, à ferramenta Google Notícias.

Para executar este levantamento, foram analisadas vinte e oito notícias. Das quais, quatro notícias referenciavam o Museu Bordalo Pinheiro e, vinte e quatro notícias mencionavam o Museu Calouste Gulbenkian. O Museu Bordalo Pinheiro foi referido nos seguintes jornais portugueses: "Jornal das Caldas", "Notícias ao Minuto" e "SIC Notícias". Bem como, na revista portuguesa "TIME OUT Lisboa". Por sua vez, o Museu Calouste Gulbenkian foi mencionado em diversos outros jornais portugueses tais como: "Público", "Diário de Notícias", "CNN Portugal", "Sol", "Mensagem de Lisboa", "Observador", "RTP" e "Notícias ao Minuto". Bem como, nas revistas portuguesas: "TIME OUT Lisboa", "Lisboa Secreta", "Máxima", "MAGG" e "CH Magazine". E por último, em "Agenda Cultural de Lisboa"³². De salientar que a "TIME OUT Lisboa", o "Diário de Notícias" e o "Público" publicaram três notícias cada, enquanto a "SIC Notícias" publicou duas.

Das quatro notícias publicadas sobre o Museu Bordalo Pinheiro, somente uma teve origem na agência Lusa - Agência de Notícias de Portugal - sendo as restantes da autoria de jornalistas devidamente identificados. No que diz respeito ao Museu Calouste Gulbenkian, das vinte e quatro notícias em que foi mencionado, quatro foram escritas pela Lusa, duas não indicam o nome do autor, surgindo apenas com o nome 'Redação', e as dezoito restantes foram assinadas por diferentes jornalistas.

Das quatro notícias publicadas sobre o Museu Bordalo Pinheiro, três incidem sobre a exposição intitulada "O humor unido jamais será vencido". Enquanto a quarta aborda uma exposição inaugurada na Escola Secundária Rafael Bordalo, cuja sessão de inauguração contou com a presença de uma parte da equipa do referido museu. Importa salientar que nenhuma destas notícias menciona as atividades inclusivas ou os recursos acessíveis disponibilizados pelo museu.

Das vinte e quatro notícias sobre o Museu Calouste Gulbenkian, nove focaram-se na reabertura do Centro de Arte Moderna Gulbenkian, enquanto seis abordaram a exposição "Veneza em Festa". Outras seis notícias destacaram a nomeação de Nuno Vassalo e Silva para presidente da Fundação do Centro Cultural de Belém (CCB). Na altura, Nuno Vassalo e Silva era diretor da Delegação da Fundação Calouste Gulbenkian em França (desde 2021) e já tinha sido diretor-adjunto do Museu Calouste Gulbenkian

³² O "Jornal das Caldas" e a revista "TIME OUT Lisboa" são ambos de âmbito regional, enquanto o "Notícias ao Minuto" e a "SIC Notícias" se inserem no panorama mediático nacional, sendo considerados jornais de alcance nacional. O "Público", "Diário de Notícias", "CNN Portugal", "Sol", "Observador" e "RTP" caracterizam-se por possuir um alcance nacional. Em contraste, o jornal "Mensagem de Lisboa" assume um carácter regional. As revistas "Máxima", "MAGG" e "CH Magazine" inserem-se no grupo de publicações com alcance nacional. Por outro lado, a revista "Lisboa Secreta" e a "Agenda Cultural de Lisboa" são meios de âmbito regional, com foco particular na cidade de Lisboa.

(entre 1999 e 2013 e, novamente, entre 2016 e 2021). As três notícias restantes incluíam uma conferência sobre a mostra "Veneza em Festa", uma listagem de exposições permanentes em Lisboa que incluía o museu, e uma menção à proximidade do Hotel Evolution Valbom do museu.

Avaliou-se a favorabilidade das notícias com base numa escala de 1 a 5, considerando-se os valores 1 e 2 como negativos, o valor 3 como neutro, e os valores 4 e 5 como positivos. Para assegurar a consistência na análise, aplicou-se sempre o mesmo critério: somente se considerou uma notícia como sendo positiva quando nela eram expressos juízos favoráveis ou linguagem valorativa relativa a aspetos diretamente relacionados aos museus, às suas exposições e/ou aos seus programas educativos.

Considerou-se que, das quatro notícias que mencionavam o Museu Bordalo Pinheiro, somente uma apresentava um tom positivo, tendo-lhe sido atribuída a pontuação 4 na escala de favorabilidade. A referida notícia inclui a seguinte passagem: "[...] 'A Câmara Municipal, representada pela vereadora Conceição Henriques, e instituições como o Museu Bordalo Pinheiro, a Escola Superior de Artes e Design de Caldas da Rainha e a Escola de Hotelaria e Turismo do Oeste também contribuíram significativamente para a concretização deste projeto, ao lado de professores, assistentes e alunos da ESRBP, que se empenharam na montagem e organização do acervo'" (Sousa, 2024, outubro 31)³³.

Embora a notícia tenha como foco principal a inauguração de uma exposição na Escola Secundária Rafael Bordalo Pinheiro, e não as mostras e/ou atividades educativas promovidas pelo museu, é feita referência ao contributo do museu para a concretização do projeto. Ao qual é reconhecido positivamente, como se evidencia na expressão utilizada: "contribuíram significativamente". Importa referir que foi atribuída pontuação 3 na escala de favorabilidade às restantes notícias.

No entanto, relativamente às 24 notícias referentes ao Museu Calouste Gulbenkian, observou-se que quatro dessas notícias apresentavam um tom positivo, das quais duas obtiveram uma pontuação de 4 e outras duas alcançaram a pontuação máxima de 5.

Cumprir referir que as notícias com a pontuação positiva de 4 foram publicadas pelo jornal "Observador" e pela revista "TIME OUT Lisboa". Ambas as notícias salientam que o Museu Calouste Gulbenkian alberga a maior coleção de pinturas de Francesco Guardi.

³³ Ligação de acesso à notícia: <https://jornaldascaldas.pt/2024/10/31/inauguracao-de-exposicao-transforma-escola-secundaria-rafael-bordalo-pinheiro-num-museu-vivo/>

Este aspeto foi considerado como particularmente relevante e favorável à imagem do museu.

Para além do exemplo previamente referido, merece destaque a notícia publicada pelo jornal "Público", avaliada com a pontuação 5, na qual se pode ler: "Se quisermos ir buscar um referente contemporâneo, podemos dizer que a nova exposição temporária do Museu Calouste Gulbenkian instala em Lisboa uma grande operação de promoção turística á escala do século XVIII"³⁴ (Canelas, 2024, outubro 27). A passagem foi interpretada como sendo positiva, enquanto atribui à exposição um elevado potencial de atratividade, equiparando-a, metaforicamente, a uma operação de promoção turística de grande envergadura.

A notícia publicada em "Agenda Cultural de Lisboa", classificada com o valor máximo de 5, apresenta, logo no *lead*, a seguinte passagem: "Numa colaboração com o Museo Thyssen-Bornemisza de Madrid, o Museu Calouste Gulbenkian apresenta *Veneza em Festa. De Canaletto a Guardi*, uma exposição que proporciona, através de obras dos grandes mestres da pintura veneziana do século XVIII, um passeio encantador por aquele que é, ainda hoje, um dos mais maravilhosos conjuntos arquitetónicos do mundo"³⁵ (Bernardino, 2024, outubro 25). Esta referência foi considerada particularmente favorável à imagem do museu, sobretudo pela utilização da expressão "um passeio encantador", que transmite uma apreciação claramente positiva da mostra.

Para além deste comentário, destaca-se ainda outra passagem de tom positivo: "[...] este maravilhoso 'passeio pela pequena Veneza' agora instalada na Gulbenkian seguirá, ainda nos primeiros meses do próximo ano, para o Museo Thyssen-Bornemisza em Madrid."³⁶ (Bernardino, 2024, outubro 25). Destaca-se aqui a expressão «este maravilhoso "passeio pela pequena Veneza" [...]». Acresce ainda que, nesta mesma notícia, é feita referência ao facto de o museu possuir a maior coleção mundial de obras de Francesco Guardi, em consonância com o que já havia sido mencionado nas duas notícias anteriormente analisadas.

Esta análise permitiu concluir que nenhuma das notícias que mencionaram o Museu Bordalo Pinheiro fez referência aos recursos acessíveis disponibilizados pelo mesmo.

³⁴ Ligação de acesso à notícia: <https://www.publico.pt/2024/10/27/culturaipsilon/noticia/seculo-xviii-pintura-vende-veneza-turistas-2109559>

³⁵ Ligação de acesso à notícia: <https://www.agendalx.pt/2024/10/25/veneza-a-cidade-cenografica/>

³⁶ Ligação de acesso à notícia: <https://www.agendalx.pt/2024/10/25/veneza-a-cidade-cenografica/>

Em contrapartida, várias notícias relativas à exposição "Veneza em Festa" no Museu Calouste Gulbenkian fizeram menção aos recursos acessíveis. Tratando-se de notícias publicadas nos seguintes meios de comunicação social: "Agenda Cultural de Lisboa", "Público", "TIME OUT Lisboa" e "CH Magazine".

No artigo publicado pela revista "TIME OUT Lisboa" lê-se o seguinte: "[...] à medida que avançamos por esta "*little Venice*", como lhe chama Sampaio (com direito a uma sonoplastia que inclui sinos e gaivotas), descobrimos outras nuances deste género tão peculiar."³⁷ (TIME OUT Lisboa., 2024, dezembro 12).

A "Agenda Cultural de Lisboa", por sua vez, refere que a exposição "[...] oferece ao visitante o verdadeiro "ambiente veneziano" através da reprodução dos sons da cidade, captados in loco, nomeadamente o dos sinos das torres e das igrejas da cidade e da água nos canais."³⁸ (Bernardino, 2024, outubro 25).

Por sua vez, no "Público" destaca-se as estações táteis e a sonoplastia: "Queremos que quem venha aqui 'viaje' por esta cidade que tem 400 pontes e 117 canais', diz a curadora, chamando a atenção para os sinos e as gaivotas que se ouvem aqui e ali (há 16 pontos de som e seis estações tácteis para invisuais)."³⁹ (Canelas, 2024, outubro 27).

Por fim, a "CH Magazine" refere que relativamente à acessibilidade, "[...] o percurso expositivo contará com estações táteis e audiodescrição, disponível através de QR codes, para uma experiência inclusiva e acessível a todos."⁴⁰

Verifica-se, assim, que das sete notícias analisadas sobre a exposição "Veneza em Festa", quatro mencionam os recursos acessíveis disponibilizados. No que diz respeito à favorabilidade das sete notícias, três obtiveram a pontuação 3, duas a pontuação 4 e duas a pontuação máxima de 5. Importa sublinhar ainda que, apesar de algumas destas notícias mencionarem a existência de programação educativa associada à exposição, nomeadamente visitas guiadas, oficinas e outros programas, não esclarecem se estas eram inclusivas.

³⁷ Ligação de acesso à notícia: <https://www.timeout.pt/lisboa/pt/coisas-para-fazer/o-humor-unido-jamais-sera-vencido>

³⁸ Ligação de acesso à notícia: <https://www.agendalx.pt/2024/10/25/veneza-a-cidade-cenografica/>

³⁹ Ligação de acesso à notícia: <https://www.publico.pt/2024/10/27/culturaipilon/noticia/seculo-xviii-pintura-vende-veneza-turistas-2109559>

⁴⁰ Ligação de acesso à notícia: <https://chmagazine.pt/gulbenkian-apresenta-os-mestres-venezianos-do-seculo-xviii-na-mostra-veneza-em-festa-de-canaletto-a-guardi/>

Verificou-se que todas as notícias integraram suporte visual - imagem ou vídeo. No que respeita ao Museu Bordalo Pinheiro, das quatro notícias em que este foi mencionado, o seu nome surgiu sempre no corpo do texto e esteve também presente no *lead* em duas notícias. Quanto ao Museu Calouste Gulbenkian, das vinte e quatro notícias que o referiram, o seu nome figurou no corpo do texto em vinte e três das vinte e quatro notícias, no *lead* em sete e no título em cinco.

Foi no dia 16 de dezembro de 2024 que se registou maior fluxo de notícias referentes ao Museu Bordalo Pinheiro - cerca de duas notícias. Ambas, abordaram a inauguração da mostra intitulada "O Humor Unido Jamais Será Vencido". Relativamente ao Museu Calouste Gulbenkian, os dias com maior fluxo de notícias publicadas foram 11 de setembro e 29 de novembro de 2024, com um total de quatro notícias em cada uma dessas datas.

No primeiro caso, as notícias centraram-se na reabertura do Centro de Arte Moderna. Embora não se referissem diretamente ao Museu Calouste Gulbenkian, duas das notícias mencionam a presença de um conjunto de estampagens japonesas pertencente à coleção do museu. As outras duas foram publicadas pelo mesmo órgão de comunicação social, e apesar de apresentarem conteúdos idênticos, foram publicadas em idiomas distintos. A primeira notícia apresentava-se em Português e a segunda em Inglês.

No segundo caso, a cobertura mediática incidiu sobre a nomeação de Nuno Vassallo e Silva para o cargo de presidente da Fundação CCB.

6.3 Análise do website do Museu Bordalo Pinheiro

Procedeu-se a uma análise pormenorizada do website do Museu Bordalo Pinheiro, que pode ser consultada no Apêndice 24. Neste ponto, destacam-se apenas os aspetos considerados mais relevantes.

No que diz respeito à acessibilidade e à inclusão social, e conforme assinalado na Tabela 24 em apêndice, o website do Museu Bordalo Pinheiro disponibiliza uma página especificamente dedicada às acessibilidades. Nesta página, são apresentadas informações sobre as condições de acesso físico às instalações do museu. Para além disso, são identificados os recursos inclusivos colocados à disposição dos visitantes.

Importa referir, contudo, que ao aceder à secção "Atividades" e, posteriormente, à subsecção "Visitas", o utilizador encontrará, em primeiro lugar, a "Programação Acessível". Ao seleccionar em "Programação Acessível", será redirecionado para uma página onde constam todas as visitas e atividades acessíveis, dirigidas a públicos com

características específicas, previstas até 31 de julho de 2025. Esta programação inclui iniciativas destinadas a escolas, crianças, jovens e adultos. Retomando a subsecção "Visitas", o utilizador poderá consultar todas as visitas acessíveis disponíveis. Ao selecionar cada uma delas, terá acesso a mais detalhes, nomeadamente o período em que estará ativa, o público-alvo, uma breve descrição, as datas previstas, o horário, os recursos de acessibilidade e os materiais inclusivos disponíveis, o preço, bem como os contactos a utilizar para obter mais informações ou para efetuar a inscrição. O mesmo se verifica na subsecção "Oficinas", onde, em primeiro lugar, é apresentada a página "Programação Acessível". De seguida, surgem as oficinas escolares inclusivas. Ao clicar em cada uma destas oficinas, o utilizador poderá consultar o público ao qual se destina, uma breve introdução, a indicação de que estas se realizam em dias úteis, entre as 10h00 e as 18h00, o respetivo valor, bem como os contactos através dos quais as escolas poderão efetuar a reserva. Na subsecção "Escolas", são apresentadas todas as atividades destinadas ao público escolar, incluindo, também, aquelas que são inclusivas.

No rodapé do website encontram-se disponibilizadas diversas informações úteis ao visitante. Entre estas, destacam-se o horário de funcionamento, os contactos e um campo destinado à subscrição da newsletter. Para além disso, está presente uma secção intitulada "Siga-nos", sob a qual se apresentam os ícones das redes sociais nas quais o museu possui perfil. Esta secção encaminha diretamente para as páginas oficiais do museu em plataformas como o Facebook, Instagram, YouTube, Issuu e TripAdvisor. Contudo, observa-se que, apesar de o museu dispor também de perfis no LinkedIn e no Twitter, estes não estão representados visualmente nem referenciados nesta área do website.

6.4 Análise do website da Fundação/Museu Calouste Gulbenkian

Procedeu-se, igualmente, a uma análise ao website do Museu Calouste Gulbenkian. Esta análise poderá ser encontrada em Apêndice 25. Contudo, nesta secção, referem-se apenas os aspetos considerados mais relevantes.

No que respeita à acessibilidade e inclusão social, o website da Fundação Calouste Gulbenkian disponibiliza, maioritariamente, informações relativas à acessibilidade física. Contudo, no âmbito das atividades destinadas às escolas, existe uma página específica dedicada à programação dirigida a públicos com NEE. Para cada uma das atividades apresentadas, são indicados o respetivo período de realização - isto é, as datas de início e término -, os dias e horários em que a visita ocorre, assim como o valor e uma breve descrição da atividade.

O museu sublinha que, aquando do preenchimento do formulário de marcação, as pessoas responsáveis pela visita devem ter em consideração os meses e dias preferenciais para a realização da atividade com o seu grupo. Importa referir que estas atividades requerem o agendamento prévio de uma reunião técnica. Após a submissão do formulário, a equipa responsável pelas NEE entrará em contacto com o intuito de agendar a reunião e definir os pormenores da visita ao museu. A reserva da visita pode ser efetuada diretamente através do website.

Embora não exista uma parte específica dedicada às atividades para públicos com NEE na secção de 'crianças e famílias, jovens e adultos', algumas dessas atividades são inclusivas. São exemplos as atividades "As Pedras Preciosas entre 1920 e 1930", "O Melhor da Coleção Calouste Gulbenkian", "O Cofre do Colecionador" e "O Luxo Déco: da Cigarreira ao Livro Ilustrado". Todas estas atividades, destinadas ao público jovem e adulto, podem ter um intérprete de Língua Gestual Portuguesa.

É de referir que o website do Museu Calouste Gulbenkian está disponível em duas línguas, português e inglês. Além disso, ao fazer *scroll down* até o rodapé do website, o utilizador encontrará uma área chamada "Siga-nos", com hiperligações para as redes sociais da Fundação, nomeadamente: Facebook, LinkedIn, Instagram, X e YouTube. É de sublinhar que, no rodapé do website, estão disponíveis outras informações, incluindo um campo onde é possível subscrever à newsletter do museu.

Capítulo 7. Notas finais

7.1 Verificação de hipóteses

Concluída a fase de análise dos dados, procede-se, nesta secção, à verificação das quatro hipóteses formuladas para o presente estudo. Para tal, apresenta-se a Tabela 1, que estabelece uma correspondência entre cada hipótese e as categorias da análise de conteúdo consideradas relevantes para a sua verificação.

Hipóteses	Categorias
H1: Existe uma articulação entre a função estratégica das RP e as práticas de comunicação multissensorial tendo em vista a inclusão social de pessoas com deficiências sensoriais no Museu Bordalo Pinheiro e no Museu Calouste Gulbenkian.	2 Comunicação inclusiva
	3 A comunicação multissensorial
	4 As RP e a comunicação multissensorial

H2: As RP são eficazes na mobilização da participação do público com deficiências sensoriais em exposições e programas inclusivos oferecidos pelo Museu Bordalo Pinheiro e pelo Museu Calouste Gulbenkian.	2 Comunicação inclusiva
	4 As RP e a comunicação multissensorial
H3: Embora existam diversas oportunidades de desenvolvimento de estratégias de comunicação para a inclusão social de pessoas com deficiências sensoriais nos museus, a sua implementação enfrenta desafios, nomeadamente, devido à escassez de recursos, tanto financeiros como humanos.	1 Museu inclusivo
	2 Comunicação inclusiva
H4: A eficácia das RP na comunicação inclusiva é ampliada quando os museus colaboram com organizações especializadas em inclusão social e com organizações que apoiam pessoas com deficiências sensoriais.	2 Comunicação inclusiva

Tabela 1 - Correspondência entre as hipóteses e as categorias de análise. Tabela produzida pela investigadora.

H1

Verifica-se apenas parcialmente, e tal deve-se a diversos fatores. Em primeiro lugar, importa referir que, nos museus em análise, não existe uma equipa dedicada apenas às RP. No caso do Museu Calouste Gulbenkian, existe um serviço de Mediação Cultural e Estratégia Digital, responsável por produzir conteúdos destinados aos canais digitais do museu - website, newsletter e redes sociais - prática que é designada como "mediação cultural digital". A divulgação dos conteúdos nas redes sociais é, no entanto, assegurada pelo Departamento de Marketing da Fundação Gulbenkian, dado que, conforme referido por Beatriz Saraiva, o museu não possui redes sociais próprias. As informações acerca do museu são publicadas nas redes sociais da Fundação. Para além do Departamento de Marketing, existe um Departamento de Comunicação responsável, entre outras funções, pela articulação com a comunicação social. Já no Museu Bordalo Pinheiro existe um colaborador responsável por gerir a área da comunicação. Para além de gerir a presença do museu nas redes sociais, este colaborador exerce, ainda, algumas das funções habitualmente associadas às RP, nomeadamente o contacto com os órgãos de comunicação social.

Cumpra, no entanto, salientar, em segundo lugar, que a equipa de Mediação Cultural e Estratégia Digital do Museu Calouste Gulbenkian colabora com o serviço educativo no desenvolvimento de mostras, programas e outros projetos, dado que, na prática, se trata da mesma equipa: "[...] nós somos a mesma equipa", "acabamos sempre por trabalhar em rede, porque temos a mesma coordenação" (Saraiva, novembro, 2024). Em terceiro lugar, Tiago Guerreiro, colaborador da área da comunicação no Museu Bordalo Pinheiro, participa, pontualmente, na conceção de exposições e atividades educativas, quer estas incluam recursos multissensoriais, quer não, sem, contudo, assumir a responsabilidade por tais projetos. Tiago Guerreiro refere procurar "ser o mais prestável possível" no que respeita ao "pensamento" e ao "planeamento" de novos projetos, acrescentando: "Tento dar ideias porque, às vezes, é uma questão [...] de criatividade" (Guerreiro, novembro, 2024). No capítulo 2 deste trabalho, foram citadas as autoras French e Runyard (2011) que referem ser relevante envolver o profissional de RP na conceção de novos produtos, no planeamento de exposições, atividades educativas, eventos e outras iniciativas. Além disso, referem que o pensamento criativo é uma competência essencial do profissional de RP.

Importa referir, ainda, outro aspeto relevante. Grunig (2023) propõe que as RP, num sentido lato, constituem "um processo de inclusão social" (pp. 94-95) na medida em que procuram auscultar/sondar o "conhecimento", as "opiniões" e os "comportamentos" dos grupos de pessoas envolvidos e/ou afetados pelas ações de uma organização (Cutlip et al., 2006, p.282). Verifica-se, a partir dos dados recolhidos, que tanto no Museu Bordalo Pinheiro como no Museu Calouste Gulbenkian, privilegia-se o diálogo com os públicos, designadamente com os grupos minoritários e as suas associações, nomeadamente na conceção, e sobretudo, na testagem e avaliação de recursos e programas acessíveis e multissensoriais. Verifica-se, assim, a existência de um trabalho estruturado de consulta. Os museus, ao auscultarem os seus públicos e ao incluí-los nos processos de decisão, desenvolvem práticas que se enquadram no âmbito das RP.

Importa referir, ainda, que, a partir dos dados recolhidos nas entrevistas realizadas no Museu Bordalo Pinheiro, se verifica que a definição de estratégias para a divulgação das soluções acessíveis e multissensoriais é, na prática, um trabalho conjunto entre o responsável pela comunicação, Tiago Guerreiro, e a coordenadora da acessibilidade e inclusão, Teresa Costa. No Museu Calouste Gulbenkian verifica-se uma prática análoga. As estratégias são delineadas sobretudo pela equipa de Mediação Cultural e Estratégia Digital, da qual faz parte a coordenadora da programação acessível, Margarida João.

É importante, nesta fase, destacar dois aspetos. Em primeiro lugar, relativamente à questão sobre a existência de uma relação estratégica entre a função do Departamento de Comunicação e a comunicação multissensorial, no contexto da inclusão nos museus, Tiago Guerreiro, do Museu Bordalo Pinheiro, considera que tal relação existe, referindo: "a comunicação é um dos departamentos, digamos, fundamentais para assegurar que é feita esta boa passagem de informação", bem como para garantir "que os meios estão disponíveis" (Guerreiro, novembro, 2024). Em segundo lugar, no que respeita à questão sobre se consideram que, ao desenvolver estratégias de comunicação para promover as exposições e programas de cariz multissensorial, o museu contribui para a inclusão de pessoas com deficiências sensoriais, Beatriz Saraiva (Museu Calouste Gulbenkian) respondeu afirmativamente. Tiago Guerreiro, do Museu Bordalo Pinheiro, por sua vez, respondeu: "eu, muito honestamente, gostaria de dizer que sim, que acho que está [...]. Mas quem sou eu? [...] Acho que essas pessoas é que podem dizer, mas eu creio que está" (Guerreiro, novembro, 2024).

Desta forma, para Tiago Guerreiro, existe uma relação estratégica entre a função do Departamento de Comunicação e a comunicação multissensorial, no âmbito da inclusão social nos museus, mas parece que se refere acima de tudo ao nível da divulgação das práticas multissensoriais e não do desenvolvimento da comunicação multissensorial em si.

Relativamente à questão de saber se, ao desenvolver estratégias de comunicação para promover as exposições e programas de cariz multissensorial, o museu contribui para a inclusão de pessoas com deficiências sensoriais, Beatriz Saraiva apresenta uma resposta mais assertiva, enquanto Tiago Guerreiro se mostra mais cauteloso, embora reconheça que, ao divulgar estas soluções, o museu contribui para a inclusão social.

Ao divulgar estas soluções, o museu dá a conhecer ao público o seu compromisso com a acessibilidade e inclusão dos grupos minoritários. Se esta comunicação alcançar esses públicos e os motivar a visitar o museu, bem como a participar nas suas atividades acessíveis, então pode afirmar-se que a comunicação e as RP desempenham um papel relevante na promoção da inclusão social nos museus.

H2

Hipótese parcialmente corroborada. Verifica-se que Margarida Rodrigues, do Museu Calouste Gulbenkian, reconhece que a divulgação da programação acessível para os públicos com deficiência visual ainda não alcançou os resultados pretendidos, admitindo não ser possível determinar com certeza as causas dessa situação. Ainda assim, sugere que poderá estar relacionado a uma "falha de comunicação" ou à "estratégia" adotada.

A estratégia adotada tem consistido em contactar diretamente os públicos de interesse, recorrendo a duas principais formas de divulgação. Por um lado, através do envio de um email informativo para a *mailing list*. Por outro lado, através do estabelecimento de contacto direto com diversas associações, entre as quais se destacam o INR, ACAPO e a APEC. Estas associações divulgam, por sua vez, as iniciativas do museu através dos seus canais. Acresce que a equipa passou a integrar, no seu plano de conteúdos para as redes sociais, publicações específicas destinadas à promoção das estações táteis das exposições temporárias e dos recursos acessíveis.

Tiago Guerreiro, do Museu Bordalo Pinheiro, sublinha que a estratégia mais eficaz consiste no contacto com as associações, nomeadamente através do envio de correio eletrónico. Essas associações, por sua vez, disseminam a informação junto dos públicos que mais podem beneficiar dessas iniciativas, ou seja, os seus associados.

Verifica-se, assim, a existência de uma estratégia comum entre os dois museus — o estabelecimento de contacto com as associações —, ainda que as perceções dos dois entrevistados relativamente à sua eficácia não sejam totalmente coincidentes. Enquanto o Museu Bordalo Pinheiro considera esta abordagem particularmente eficaz, no Museu Calouste Gulbenkian permanece alguma incerteza quanto à sua real efetividade.

H3

Hipótese parcialmente corroborada. A escassez de recursos - tanto financeiros como humanos - foi mencionada apenas por Liliana Pina e Tiago Guerreiro, do Museu Bordalo Pinheiro. Importa aqui destacar o testemunho de Tiago Guerreiro: no passado chegaram a ser elaborados materiais impressos em braille, embora tal aconteça esporadicamente, não por falta de vontade, mas "porque não há dinheiro" e tempo (Guerreiro, novembro, 2024).

O colaborador reforça que, se o orçamento afeto à área da comunicação fosse mais elevado, ou se contasse com mais um elemento dedicado à área da comunicação, seria, muito provavelmente, possível dedicar mais tempo ao desenvolvimento da comunicação inclusiva (Guerreiro, novembro, 2024).

A restrição orçamental referida por Tiago Guerreiro, colaborador do Museu Bordalo Pinheiro, poderá estar associada ao modelo de financiamento do museu, dado tratar-se de uma instituição sob tutela pública.

O facto de Beatriz Saraiva e Margarida Rodrigues, do Museu Calouste Gulbenkian, não terem mencionado constrangimentos desta natureza poderá dever-se ao carácter

privado da instituição, cujo modelo de financiamento difere ao adotado pelas entidades de tutela pública.

Cumprir referir que, de acordo com o testemunho de Margarida Rodrigues, recolhido em entrevista, embora os materiais impressos atualmente disponibilizados pelo museu não incluam braille, foram, no passado, produzidos folhetos em A3 que, numa das faces, apresentavam texto em braille e, na outra, texto impresso em letra ampliada e com bom contraste (João, novembro, 2024). Contudo, não ficou claro o motivo pelo qual se deixou de proceder à sua produção.

Seria, de facto, relevante o desenvolvimento de materiais impressos acessíveis, que integrem não apenas o braille, mas também letra aumentada e bom contraste, de modo a responder às necessidades dos indivíduos com cegueira ou baixa visão. Ainda que o orçamento do Museu Bordalo Pinheiro seja limitado, importa reter a premissa defendida pelo Chartered Institute of Public Relations & Disability Confident (2015) – quanto mais inclusivos forem os materiais de comunicação originais, menor será a necessidade de recorrer a formatos alternativos, promovendo, desta forma, uma utilização mais eficiente dos recursos disponíveis, designadamente tempo e dinheiro, na transmissão da mesma mensagem a diferentes públicos-alvo (Chartered Institute of Public Relations & Disability Confident, 2015, p.7).

Verifica-se, portanto, que a escassez de recursos, tanto financeiros como humanos, poderá ser um entrave à implementação de estratégias de comunicação, destinadas à promoção da inclusão social de pessoas com deficiências sensoriais.

H4

Hipótese corroborada. Embora o foco da pesquisa recaia sobre os museus, importa referir que a Fundação Calouste Gulbenkian estabelece diversas parcerias estratégicas, designadamente com empresas e organizações especialistas na área da acessibilidade. Destaca-se a parceria com a empresa Access Lab, que, ocasionalmente, produz vídeos em LGP a divulgar as iniciativas acessíveis desenvolvidas pela Fundação. Estes vídeos são partilhados através dos canais de comunicação da Access Lab, ampliando o alcance junto dos públicos de interesse.

O Museu Bordalo Pinheiro tem também vindo a desenvolver parcerias deste género. A este propósito, destaca-se o contributo do colaborador Tiago Guerreiro: existe "uma tentativa de aproximação" às associações, as quais funcionam como "uma espécie de intermediário" entre o museu e o público — um público "ao qual temos [...] muita vontade de chegar" (Guerreiro, novembro, 2024).

Importa referir que o Museu Bordalo Pinheiro beneficiou de uma consultoria prestada pela APPDA, que é a Associação Portuguesa para as Perturbações do Desenvolvimento e Autismo. Embora a associação não se dedique ao apoio a pessoas com deficiências sensoriais, a intervenção da APPDA merece destaque. De acordo com Teresa Costa, a consultoria teve dois objetivos: por um lado, avaliar "a parte da comunicação para este tipo de público" e, por outro, "a parte do serviço educativo" (Guerreiro, novembro, 2024). TC acrescenta que, à data da entrevista, a APPDA previa entregar um relatório contendo orientações para adequar a comunicação e as atividades do serviço educativo a este tipo de público (Costa, novembro, 2024). Perante estes fatos, concluiu-se que o Museu Bordalo Pinheiro valoriza os contributos dos públicos minoritários e das associações representativas, reconhecendo que o conhecimento aprofundado destes intervenientes sobre as práticas comunicacionais mais adequadas contribui para que os profissionais de comunicação e de RP aprimorem a sua linguagem e os seus materiais, tornando-os mais inclusivos.

Assim, a eficácia das RP tende a ser ampliada quando os museus colaboram com organizações especializadas em acessibilidade e inclusão social, pois, por um lado, ao envolverem pessoas com deficiência e as organizações representativas, possibilitam a recolha de perspetivas singulares que enriquecem tanto a qualidade quanto a pertinência dos conteúdos e materiais de comunicação, tornando-os mais adequados e úteis para estes públicos (Nações Unidas, 2021, pp.3-4); por outro, as associações, ao divulgarem as atividades dos museus junto dos seus públicos, contribuem para ampliar o alcance e visibilidade destas instituições, particularmente entre os segmentos de público que estas instituições procuram alcançar e atrair.

7.2 Conclusão

Em 2022, durante a Assembleia Geral Extraordinária do ICOM - ONG internacional que reúne museus e profissionais do setor - foi aprovada uma nova definição de museu, a qual obteve o apoio de 92% dos votos dos participantes na Assembleia. Esta encontra-se "alinhada com algumas das maiores mudanças no papel dos museus" na sociedade. Termos como "acessíveis", "inclusivos", "diversidade" e "participação das comunidades" passaram a estar incluídos na definição (Observador, 2022, par.4). Ao assumir-se como um espaço inclusivo, o museu deve acolher e valorizar a diversidade dos seus públicos, promovendo um ambiente acessível para todos, independentemente das suas aptidões físicas, cognitivas e sensoriais, nível de escolaridade, condição socioeconómica, origem étnico-cultural, idade ou grau de conhecimento técnico ou científico sobre determinados temas, entre outros fatores (Martins, 2020, p.107; Acesso Cultura, 2020, p.14).

Nos Museus Bordalo Pinheiro e Calouste Gulbenkian, a melhoria da acessibilidade - nas suas vertentes física e arquitetónica, social, intelectual e sensorial - constitui uma prioridade. Para além de procurarem melhorar a acessibilidade dos espaços e das áreas de circulação, ambos os museus procuram também assegurar a acessibilidade ao nível das exposições e da programação. Os museus recorrem a uma diversidade de recursos, entre os quais se destacam os materiais multissensoriais, que se revelam particularmente relevantes para os públicos com deficiências sensoriais. Importa sublinhar que, embora ofereçam soluções direcionadas aos públicos com necessidades específicas, a filosofia dos dois museus assenta no princípio de que as exposições e programas para o público em geral devem ser plenamente acessíveis, garantindo que todas as pessoas - com ou sem necessidades específicas - possam usufruir da mesma oferta cultural. Como referiu Liliana Pina em entrevista, "a inclusão é precisamente isso" (Pina, novembro, 2024).

Nesta fase, importa recuperar a pergunta de partida, formulada do seguinte modo: Existirá uma relação entre a função estratégica das RP e a comunicação multissensorial no âmbito da inclusão social de pessoas com deficiências sensoriais no Museu Bordalo Pinheiro e no Museu Calouste Gulbenkian?. Para responder à pergunta, proceder-se-á à revisão das principais perspetivas apresentadas pelos autores citados nos Capítulos 1 e 2, estabelecendo uma ponte com os dados empíricos recolhidos.

Grunig (2023) defende que a inclusão social deve ser entendida como um processo, cujo ponto de partida reside na auscultação dos públicos. Nesse processo, a entidade promotora, seja uma empresa, organização ou outra, adota uma postura de escuta ativa, atendendo aos comentários e ideias dos vários públicos, para formular respostas mais adequadas às suas necessidades. Grunig (2023) propõe, assim, que as RP, num sentido lato, são "um processo de inclusão social" (pp.94-95). O processo de auscultação é uma prática adotada pelos Museus Bordalo Pinheiro e Calouste Gulbenkian. Nestes museus, privilegia-se o diálogo com os públicos, nomeadamente os grupos minoritários e as suas associações representativas, na conceção mas, sobretudo, na testagem e na avaliação dos recursos e da programação acessível e multissensorial. No entanto, importa referir que no Museu Bordalo Pinheiro, a auscultação dos públicos não se circunscreve a este domínio. No Museu Bordalo Pinheiro, esteve em curso uma consultoria promovida pela APPDA, na qual um dos objetivos era avaliar a componente comunicacional direcionada a pessoas no espetro do autismo (Costa, novembro, 2024). Embora estas pessoas não sejam o foco da presente dissertação, considera-se pertinente mencionar esta iniciativa, uma vez que evidencia o esforço do Museu Bordalo Pinheiro em recolher a perspetiva destes públicos e das suas associações, com o objetivo de identificar as formas mais

adequadas de comunicação. No Museu Bordalo Pinheiro procurou-se também identificar, junto das associações, a forma de contacto mais adequada.

Uma vez que a auscultação dos públicos é uma função essencial das RP, conforme refere Grunig (2023), os Museus Bordalo Pinheiro e Calouste Gulbenkian, ao realizarem esse trabalho de consulta, desenvolvem práticas que se inserem no âmbito das RP.

Cumprindo igualmente referir o modelo de comunicação estratégica em quatro etapas proposto por Cutlip et al. (2006). A primeira etapa corresponde à definição do problema ou da oportunidade, a qual envolve a sondagem e a monitorização do "conhecimento", das "opiniões" e dos "comportamentos" de todos os grupos envolvidos e afetados pelas ações de uma organização (p.282). Embora os museus estudados não sigam com rigor todos os passos desta etapa, procuram, ainda assim, sondar e monitorizar as opiniões dos grupos minoritários.

Importa sublinhar as respostas de Tiago Guerreiro e Beatriz Saraiva à questão sobre se as RP podem contribuir para que o museu atinja os seus objetivos de inclusão social. Ambos responderam afirmativamente. Pode concluir-se, assim, que os dois entrevistados reconhecem o papel estratégico das RP na promoção da inclusão social.

Retomando o processo de comunicação estratégica das RP proposto por Cutlip et al. (2006) e centrando a atenção na etapa de implementação, os autores defendem que, nesta fase, o profissional de RP deve adequar as suas propostas ao momento e ao perfil dos públicos, selecionando criteriosamente as técnicas e os canais de comunicação a adotar (pp.344-345). Este é um aspeto considerado pelos Museus Calouste Gulbenkian e Bordalo Pinheiro. Margarida Rodrigues, do Museu Calouste Gulbenkian, refere que os canais privilegiados para comunicar com pessoas com deficiência visual são o telemóvel e o email. Tiago Guerreiro, do Museu Bordalo Pinheiro, refere o que o correio eletrónico é um dos canais de comunicação mais eficazes para contactar com os públicos com deficiência. Complementarmente, Teresa Costa, também do Museu Bordalo Pinheiro, refere que foi colocada às associações a questão de saber como preferiam que a comunicação fosse estabelecida, tendo estas manifestado a sua preferência pelo contacto via email.

Importa sublinhar que parte essencial da adaptação da mensagem passa por adotar uma linguagem acessível e por conhecer os diferentes formatos acessíveis, conforme apresentado no capítulo 2. Observa-se que tanto os profissionais de comunicação como os responsáveis pela área da acessibilidade e da inclusão de ambos os museus estão relativamente familiarizados com os princípios da comunicação inclusiva, aplicando-os na prática. Contudo, alguns aspetos relacionados com a comunicação inclusiva, ainda

lhes eram desconhecidos, Recorde-se, por exemplo, que Tiago Guerreiro desconhecia que deveriam ser utilizados poucos emojis nas redes sociais ou, por vezes, se esquecia de incluir o texto alternativo nas imagens no website. Situação análoga verifica-se nas redes sociais da Fundação, em que o texto alternativo é colocado, mas sem o objetivo de tornar o conteúdo acessível a pessoas com deficiência visual que utilizam leitores de ecrã. Isto evidencia a importância da formação contínua, do contacto com os públicos com deficiência e com as suas associações, bem como com os criadores de conteúdo, através de processos de consulta e de parcerias protocoladas. Estes podem contribuir para assegurar que o conteúdo comunicado responde de forma adequada às suas necessidades (Nações Unidas, 2021, pp.3-4; Brenneman, 2023).

É de referir que ambos os museus procuram comunicar a dimensão multissensorial dos seus projetos. A este propósito, Beatriz Saraiva afirma que é essencial "chegar às pessoas que podem usufruir destes recursos, destas visitas", e que ao direcionar a comunicação para este fim "mostra a importância que damos a este tipo de iniciativas" (Saraiva, novembro, 2024).

No que diz respeito às estratégias do Museu Calouste Gulbenkian para divulgar a dimensão multissensorial dos seus projetos, destaca-se a existência de uma *mailing list*, composta por contactos de públicos que podem beneficiar destes recursos; o contacto direto com associações como o INR, a ACAPO e a APEC, que, por sua vez, promovem os recursos e programas acessíveis através dos seus próprios canais de comunicação; nas redes sociais - Facebook e Instagram - são publicados conteúdos específicos para divulgar as estações e os recursos acessíveis das mostras temporárias; no website, na página dedicada às atividades "por marcação" e na página da "programação da agenda" encontram-se listadas as atividades para os públicos com NEE, sendo estas claramente perceptíveis.

A análise descritiva efetuada ao website da Fundação/Museu Calouste Gulbenkian revelou que existe uma página dedicada à programação dirigida a públicos com NEE. Para cada uma das atividades, são indicados o período de realização, os dias e horários em que a atividade ocorre, o valor e uma breve descrição.

Entre as estratégias adotadas pelo Museu Bordalo Pinheiro, destaca-se o contacto direto com os públicos-alvo, neste caso as associações, que posteriormente divulgam a informação junto dos seus associados. O envio de emails personalizados é considerado o meio mais eficaz; na homepage do website foi, ainda, criada uma secção designada "agenda acessível" (Guerreiro, novembro, 2024) para concentrar e dar visibilidade à programação acessível oferecida pelo museu.

A análise descritiva do website do Museu Bordalo Pinheiro revelou que, ao aceder à secção "agenda acessível", o utilizador é encaminhado para uma página que centraliza toda a programação acessível destinada a escolas, crianças, jovens e adultos.

Importa ainda sublinhar outro aspeto evidenciado na análise descritiva: o website do Museu Bordalo Pinheiro inclui uma página especificamente dedicada às acessibilidades. Nesta página, são disponibilizadas informações sobre as condições de acesso físico às instalações do museu, bem como sobre os recursos inclusivos colocados à disposição dos visitantes.

É possível, desta forma, concluir que o Museu Bordalo Pinheiro e o Museu Calouste Gulbenkian disponibilizam, nos respetivos websites, uma página dedicada às atividades acessíveis e inclusivas, fornecendo informações pertinentes sobre as mesmas.

Importa salientar um aspeto evidenciado pela análise do *clipping* relativo ao Museu Calouste Gulbenkian. Algumas das notícias publicadas sobre a exposição "Veneza em Festa", promovida pelo museu, referem os recursos multissensoriais disponibilizados. No entanto, não é possível determinar se essa informação teve origem num comunicado de imprensa elaborado pelo Departamento de Comunicação da Fundação. Para efeitos de comparação, importa referir que o *clipping* realizado relativamente ao Museu Bordalo Pinheiro evidencia que, ao longo de um período de três meses, foram publicadas apenas quatro notícias acerca do referido museu, nenhuma das quais mencionando os recursos acessíveis. Importa, no entanto, sublinhar que, o período analisado, coincidiu com a inauguração da exposição temporária "Veneza em Festa", facto que terá contribuído para uma maior cobertura mediática do Museu Gulbenkian. Já o Museu Bordalo Pinheiro não inaugurou qualquer exposição durante esse período, o que poderá justificar a menor visibilidade nos meios de comunicação.

Não sendo possível determinar se as notícias tiveram origem num comunicado de imprensa elaborado pelo Departamento de Comunicação da Fundação Calouste Gulbenkian, pode, contudo, concluir-se que, ao destacarem os recursos multissensoriais, essas notícias conferem visibilidade à política de acessibilidade e inclusão do museu e provavelmente chegam aos que mais poderão beneficiar desses recursos.

Embora, no Capítulo 2, não tenham sido citados autores que sustentem diretamente a perspetiva de que, ao divulgar as soluções multissensoriais, o museu contribui para a inclusão social de pessoas com deficiências sensoriais, Beatriz Saraiva e Tiago Guerreiro afirmam, em entrevista, que sim. É evidente que a divulgação destas soluções é importante, conforme defendem Garcia, Mineiro e Neves (2017, p.84), uma vez que

somente através desta divulgação, as pessoas com deficiência, aquelas que mais podem beneficiar destes recursos, terão conhecimento da sua existência.

Importa, para concluir, fornecer uma resposta final à pergunta de partida. A partir da análise dos dados, não é possível determinar, de forma conclusiva, a existência de uma relação entre a função estratégica das RP e as práticas de comunicação multissensorial nos museus estudados. Contudo, verifica-se que tanto no Museu Bordalo Pinheiro como no Museu Calouste Gulbenkian existe um pensamento estratégico subjacente ao planeamento das estratégias e das ações de comunicação para divulgar estas soluções de comunicação multissensorial junto dos públicos de interesse, a saber: pessoas com deficiências sensoriais.

Importa referir que quatro dos objetivos traçados para este estudo já foram atingidos, nomeadamente o 1.º, o 2.º, o 3.º e o 5.º. Persiste, contudo, a necessidade de concretizar o 4.º, que consiste em propor recomendações práticas para aprimorar as estratégias de comunicação dos museus, tendo em vista a otimização do seu impacto social e inclusivo no público com deficiências sensoriais.

Uma das propostas consiste em estabelecer parcerias com criadores de conteúdo - ou influenciadores - com deficiência. Estas parcerias poderão concretizar-se de diversas formas. Por um lado, os museus poderão envolver estes criadores na definição de temas a abordar, no desenvolvimento dos conteúdos - assegurando que a linguagem utilizada é clara e não ofensiva - e na seleção dos canais de comunicação mais adequados. O contributo destes influenciadores é particularmente valioso, uma vez que, para além de conhecerem as necessidades específicas destes públicos, possuem experiência no uso das plataformas digitais. Os influenciadores poderão igualmente ser convidados a visitar o museu, a experimentar os recursos acessíveis e participar na programação inclusiva. Mais tarde, poderão mostrar aos seus seguidores, nas redes sociais, através de fotos e vídeos, como foi usar esses recursos e participar nas atividades.

Recomenda-se a produção de materiais de divulgação, como imagens e vídeos, que retratem pessoas com deficiência sensorial, a experimentar os recursos multissensoriais disponibilizados pelo museu. Estes conteúdos poderão ser difundidos através das redes sociais dos próprios museus, bem como divulgados por associações representativas ou pela comunicação social, em peças jornalísticas sobre a abertura de novas exposições que integrem este tipo de soluções.

7.3 Dificuldades e desafios de pesquisa e sugestões para futuros estudos

Nesta fase final, cumpre mencionar algumas das dificuldades e desafios enfrentados durante o processo de desenvolvimento da presente dissertação, bem como apresentar sugestões para futuros estudos nesta área e em temas relacionados.

Importa referir, em primeiro lugar, que, por se tratar de um tema bastante específico e complexo, foi necessário efetuar uma pesquisa extensa, tendo-se, contudo, verificado uma escassez de material literário e científico que abordasse, em particular, o papel das RP na promoção da inclusão social nos museus.

Inicialmente, estava previsto que o estudo abrangesse quatro museus, dois de tutela pública e outros dois sob tutela privada. No entanto, numa fase subsequente do estudo, optou-se por concentrar a análise apenas em dois desses museus, designadamente o Museu Bordalo Pinheiro e o Museu Calouste Gulbenkian, dado que os restantes não se encontravam disponíveis dentro do prazo máximo estipulado para esta fase do trabalho.

Optou-se por fazer a análise manual dos dados, sem recurso a softwares de análise qualitativa, como o NVivo ou semelhantes. Acabou por ser uma tarefa árdua, devido ao grande volume de dados recolhidos, o que tornou o processo mais complexo e moroso; provavelmente teria sido mais eficiente utilizar softwares de análise como o NVivo ou outros semelhantes.

Cumpre referir novamente que uma das técnicas de recolha de dados previstas para esta pesquisa consistia na observação de visitas guiadas. Contudo, apenas foi possível acompanhar duas visitas guiadas, ambas no Museu Calouste Gulbenkian. Atendendo ao carácter comparativo do estudo, a inexistência de observações no Museu Bordalo Pinheiro representa uma limitação, na medida em que inviabiliza a realização de uma análise comparativa entre o tipo de visitas efetuadas nos dois museus.

Outro aspeto a considerar em estudos futuros é a caracterização mais aprofundada dos canais de comunicação utilizados pelos museus, designadamente as mensagens enviadas aos contactos da lista de correio eletrónico, as newsletters e as redes sociais, bem como a análise das mensagens-chave veiculadas nestes canais.

Em investigações futuras, será pertinente aprofundar a perspetiva das pessoas com deficiência no que respeita à forma como lhes são comunicadas as soluções multissensoriais disponibilizadas pelos museus. Importa averiguar se a mensagem está, efetivamente, a alcançar os públicos-alvo e, se não está, identificar as causas subjacentes. Uma possível abordagem será efetuar um inquérito por questionário a nível

nacional, permitindo, assim, recolher uma amostra representativa, o que contribuiria para obter resultados mais sólidos e conclusões mais aprofundadas.

Referências bibliográficas

- Abreu, A. (2020, dezembro 10). O doente da Europa. *Expresso*.
[https://expresso.pt/blogues/bloguet economia/blogue econ sandro mendonca /2020-12-10-O-doente-da-Europa](https://expresso.pt/blogues/bloguet%20economia/blogue%20econ%20sandro%20mendonca/2020-12-10-O-doente-da-Europa)
- Abreu, J. P. (2013). *Museus: Identidade e Comunicação Instrumentos e contextos de comunicação na museologia portuguesa*. [Tese de Doutoramento, Escola de Sociologia e Políticas Públicas]. Repositório Científico do Instituto Universitário de Lisboa. <https://www.iscte-iul.pt/tese/6176>
- ACAPO (2023). *O Tesouro dos Reis. Obras-primas do Terra Sancta Museum*. ACAPO.
<https://www.acapo.pt/agenda/o-tesouro-dos-reis-obras-primas-do-terra-sancta-museum>
- ACAPO (2024). *Exposição "Veneza em Festa"*. ACAPO.
<https://www.acapo.pt/agenda/exposicao-veneza-em-festa>
- ACAPO (2024, dezembro 2). *Museu Calouste Gulbenkian quer melhorar acessibilidades*. ACAPO.
<https://www.acapo.pt/noticias/museu-calouste-gulbenkian-quer-melhorar-acessibilidades>
- Acesso Cultura. (2020). *A participação cultural de pessoas com deficiência ou incapacidade: Como criar um plano de acessibilidade*. Acesso Cultura. Consultado a 16 de junho de 2024 em <https://acessocultura.org/manual-plano-acessibilidade/>
- Alexander, E. P. (2008). *Museums in motion: an introduction to the history and functions of museums* (2nd ed.). Lanham: Altamira Press.
<https://archive.org/details/museumsinmotioni0002alex>
- Amado, J. (2000). A Técnica de Análise de Conteúdo. *Revista Referência*. 5, 53 – 63.
https://www.researchgate.net/publication/292813312_A_tecnica_de_analise_de_conteudo
- Amanatidis, D., Mylona, I., Mamalis, S., & Kamenidou, I. (2020). Social media for cultural communication: A critical investigation of museums' Instagram practices. *Journal of Tourism, Heritage & Services Marketing*, 6(2), 38-44.
<https://doi.org/10.5281/zenodo.3836638>
- American Psychological Association. (2022, julho). *Font*. Consultado a 25 de Julho de 2025 em <https://apastyle.apa.org/style-grammar-guidelines/paper-format/font>

- Ashmolean Museum. (s.d.a). *History of the Ashmolean*. Consultado a 14 de julho de 2024 em <https://www.ashmolean.org/history-ashmolean>
- Ashmolean Museum (s.d.b). *The Ashmolean Story Gallery*. Consultado a 24 de julho de 2024 em <https://www.ashmolean.org/the-ashmolean-story-gallery>
- Azarian, R. (2011). Potentials and Limitations of Comparative Method in Social Science. *International Journal of Humanities and Social Science*, 1(4), 113-125. <https://www.ijhssnet.com/view.php?u=http://www.ijhssnet.com/journals/Vol.1.No.4;April2011/15.pdf>
- Bacci, F., Pavani, F. (2014). “First Hand,” Not “First Eye” Knowledge. Bodily Experience in Museums. In N. Levent, A. Pascual-Leone (Ed.). *The Multisensory Museum: Cross-Disciplinary Perspectives on Touch, Sound, Smell, Memory, and Space* (pp. 17-28). Rowman & Littlefield
- Badell, J-I. (2015). Museums and social media: Catalonia as a case study. *Museum Management and Curatorship*, 30(3), 244–263. <http://doi.org/10.1080/09647775.2015.1042512>
- Baker, S. (2016). Identifying behaviors that generate positive interactions between science museums and people on Twitter. *Museum Management and Curatorship*, 32(2), 144–159. <https://doi.org/10.1080/09647775.2016.1264882>
- Bell, J. (1993). *Como realizar um projeto de investigação* (M.J. Cordeiro, Trad.) (3ª ed.). Gradiva (Obra original publicada em 1993). <https://soclogos.wordpress.com/wp-content/uploads/2014/09/como-realizar-um-p-de-investigac3a7ao-bell.pdf>
- Bennett, T. (1995). *The Birth of the Museum. History, theory, politics*. Routledge https://digitalcuration.umaine.edu/resources/bennett_political_rationality_museum.pdf
- Bernardino, F. (2024, outubro 25). Veneza, a cidade cenográfica. *Agenda Cultural Lisboa*. <https://www.agendax.pt/2024/10/25/veneza-a-cidade-cenografica/>
- Bernays, E. L. (1955). *The Engineering of Consent*. University of Oklahoma Press: Norman. https://ia801800.us.archive.org/25/items/kupdf.net_bernays-et-alli-engineering-of-consent-1955/kupdf.net_bernays-et-alli-engineering-of-consent-1955_text.pdf
- Bhalla, A., & Lapeyre, F. (1997). Social Exclusion: Towards an Analytical and Operational Framework. *Development and Change*, 28(3), 413–433. <http://doi.org/10.1111/1467-7660.00049>

- Biblioteca de Arte Gulbenkian (2024). *Calouste Sarkis Gulbenkian*. Biblioteca de Arte Gulbenkian. Consultado a 30 de setembro de 2024 em <https://gulbenkian.pt/biblioteca-arte/chronologies/calouste-sarkis-gulbenkian/>
- Bland, M., Theaker, A., & Wragg, D. (2000) *Effective Media Relations*. Kogan Page.
- Boletim Municipal Câmara Municipal de Lisboa (2013, fevereiro). *Proposta de Estatutos*. Consultado a 23 de novembro de 2024 em [https://egeac.pt/wp-content/uploads/2021/02/EGEAC Estatutos 2013.pdf](https://egeac.pt/wp-content/uploads/2021/02/EGEAC_Estatutos_2013.pdf)
- Boudah, D. J. (2011). Identifying a research problem and question, and searching relevant literature. In *Conducting Educational Research: Guide to Completing a Major Project* (pp. 21-42). SAGE Publications. <https://doi.org/10.4135/9781483349138>
- Brandão, I. F. (2023, maio 22). *A participação cultural dos jovens com necessidades educativas específicas. O papel do Museu*. Museu Calouste Gulbenkian. <https://gulbenkian.pt/museu/read-watch-listen/a-participacao-cultural-dos-jovens-com-necessidades-educativas-especificas-o-papel-do-museu/>
- Brenneman, K. (2023). *How to incorporate accessibility into a PR campaign*. Burrelles. Consultado em maio, 7 2024 em <https://burrelles.com/how-to-incorporate-accessibility-into-a-pr-campaign/>
- Britannica (2024). *British Museum*. Encyclopedia Britannica. Consultado em julho, 14, 2024, em <https://www.britannica.com/topic/British-Museum>
- Broom, M. G., & Sha, B. (2013). *Cutlip and Center's Effective Public Relations*. Pearson Education International.
- Broom, M. G. (2009). *Cutlip & Center's Effective Public Relations*. New Jersey: Prentice Hall.
- Brown, J. A. (2018). The case for an inclusive museum: a perspective from excluded groups and communities. In B. B. Soares, K. Brown, O. Nazor. *Defining museums of the 21st century: plural experiences*. (pp.119-126).
- Burcaw, G. E. (1997). *Introduction to Museum Work*. Altamira Press. <https://archive.org/details/introductiontomu00burc>
- Canelas, L. (2024, outubro 27). No século XVIII é a pintura que vende Veneza aos turistas. *Público*. <https://www.publico.pt/2024/10/27/culturaipsilon/noticia/seculo-xviii-pintura-vende-veneza-turistas-2109559>

- Capriotti, P. (2010). Museums' communication in small- and medium-sized cities. *Corporate Communications: An International Journal*, 15(3), 281–298. <https://doi.org/10.1108/13563281011068131>
- Capriotti, P. (2013a). Managing Strategic Communication in Museums. The case of Catalan museums. *Communication & Society*, 26(3), 98-116. https://www.researchgate.net/publication/288574340_Managing_Strategic_Communication_in_Museums_The_case_of_Catalan_museums
- Capriotti, P., Carretón, C., & Castillo, A. (2015). Testing the level of interactivity of institutional websites: From museums 1.0 to museums 2.0. *International Journal of Information Management*, 36(1), 97-104. https://www.researchgate.net/publication/283800922_Testing_the_level_of_interactivity_of_institutional_websites_From_museums_10_to_museums_20
- Capriotti, P., & González-Herrero, A. (2013b). Managing media relations in museums through the Internet: A model of analysis for online pressrooms in museums. *Museum Management and Curatorship*, 28(4), 413–429. <http://doi.org/10.1080/09647775.2013.831246>
- Capriotti, P., & Kuklinski, P., H. (2012). Assessing dialogic communication through the Internet in Spanish museums. *Public Relations Review*, 38(4), 619-626. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0363811112000768>
- Carvalho, A. (2019). *Em torno da definição de museu do ICOM: lições a partir de Quioto*. Consultado a 25 de junho de 2024 em <https://www.patrimonio.pt/post/em-torno-da-defini%C3%A7%C3%A3o-de-museu-do-icom-li%C3%A7%C3%B5es-a-partir-de-quioto>
- Chartered Institute of Public Relations & Disability Confident (2015). *A communications guide for PR and communications professionals*. Consultado em maio 13, 2024 em https://wearepurple.org.uk/wp-content/uploads/2018/01/Disability_Confident_Inclusive_Communications_Booklet.pdf
- Claes, F., & Deltell, L. (2019). Museo social en España: redes sociales y webs de los museos estatales. *El profesional de la información*, 28(3), 280-304. <https://doi.org/10.3145/epi.2019.may.04>

- Classen, C. (1998). *The Colour of Angels: Cosmology, Gender and the Aesthetic Imagination*. Routledge.
<https://avys.omu.edu.tr/storage/app/public/meker/135782/eDdJm4A9N.pdf>
- Classen, C. (2007). Museum Manners: The Sensory Life of the Early Museum. *Journal of Social History*, 40(4), 895-914. <https://www.jstor.org/stable/25096398>
- Classen, C., Howes, D. (2006). The Museum as Sensescape: Western Sensibilities and Indigenous Artifacts. In E. Edwards, C. Gosden, & R. Phillips (Ed.). *Sensible Objects: Colonialism, Museums and Material Culture*. (pp. 199-222). Routledge.
<https://www.david-howes.com/senses/WebClassenTheMuseumasSensescape.pdf>
- Cole, D. (2008). Museum marketing as a tool for survival and creativity: the mining museum perspective. *Museum Management and Curatorship*, 23 (2), 177-192.
<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/09647770701865576>
- Coleman, E. L. (2018). *Understanding and Implementing Inclusion in Museums*. Rowman & Littlefield Publishers
- Conlin, J. (2019). O Homem Mais Rico do Mundo. As muitas vidas de Calouste Gulbenkian. Objectiva.
- Constituição da República Portuguesa. (1976). *Artigo 73.º, - Educação, cultura e ciência*. Parlamento.
<https://www.parlamento.pt/Legislacao/paginas/constituicaoorepublicaportuguesa.aspx>
- Cortez, A. (2021). Museums as sites for displaying sound materials: a five-use framework. *Sound Studies*, 8(1), 43-72.
<https://doi.org/10.1080/20551940.2021.1975442>
- Cortez, A. (2023). Sound as a producer of social spaces in museum exhibitions. *Curator: The Museum Journal*, 66, 317–328. <https://doi.org/0.1111/cura.12547>
- Couto, M.T. (s.d.). *Rafael Bordalo Pinheiro*. Camões Instituto da Cooperação e da Língua. <https://www.instituto-camoes.pt/activity/centro-virtual/bases-tematicas/figuras-da-cultura-portuguesa/rafael-bordalo-pinheiro>
- Creswell, J. W. (2009). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (3rd ed.). Sage Publications.

- Creswell, J. W., & Plano Clark, V. L. (2018). *Designing and Conducting Mixed Methods Research* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Crook, J.M. (1972). *The British Museum*. New York: Praeger Publishers.
- Cuevas, I., Plaza, P., Rombaux, P., Collignon, O., De Volder, A., & Renier, L. (2019). Do People who Became Blind Early in Life Develop a Better Sense of Smell? A Psychophysical Study. *Journal of Visual Impairment & Blindness*, 104(6), 369-379. <https://doi.org/10.1177/0145482X1010400607>
- Cutlip, S., Center, H., A., & Broom, M., G. (2006). *Effective Public Relations*. Pearson Education International.
- Decreto-Lei n.º 46/2006, de 28 de Agosto. Diário da República, 1º série – Nº 165. <https://diariodarepublica.pt/dr/detalhe/lei/46-2006-540797>
- Dia Europeu das Línguas (s.d.). *EDL and sign languages. FAQ sobre a Língua Gestual*. Consultado a 23 de junho de 2024 em <https://edl.ecml.at/Facts/FAQs-on-sign-language>
- Diamantopoulou, S., Christidou, D., & Blunden, J. (2024). Multimodality and museums: Innovative research methods and interpretive frameworks. *Multimodality & Society*, 4(3), 249-258. <https://doi.org/10.1177/26349795241270436>
- Diário do Governo (1956). *Decreto-Lei nº40 690*. Diário do Governo. <https://cdn.gulbenkian.pt/wp-content/uploads/2022/12/Estatutos-da-Fundacao-Calouste-Gulbenkian.pdf>
- Dicionário do Desenvolvimento (s.d.). *Inclusão Social*. Consultado a 1 de maio de 2025. https://ddesenvolvimento.com/wp-content/uploads/2019/01/DD_INCLUSAO.pdf
- Dicionário Priberam da Língua Portuguesa (s.d.). Consultado a 10 de fevereiro de 2020 em <https://dicionario.priberam.org/observa%C3%A7%C3%A3o>
- Dodd, J., & Sandell, R. (2001). *Including Museums – perspectives on museums, galleries and social inclusion*. Department of Museum Studies University of Leicester. <https://le.ac.uk/-/media/uol/docs/research-centres/rcmg/publications/including-museums.pdf>
- Dodd, J., Sandell, R., Jolly, D., & Jones, C. (2008). *Rethinking Disability Representation in Museums and Galleries: Supporting papers*. Department of Museum Studies, University of Leicester. <https://le.ac.uk/-/media/uol/docs/research-centres/rcmg/publications/rdrsmallest.pdf>

- Ellis, J. T., Levy, Y. (2008). A Guide for Novice Researchers on the Development of a Research-Worthy Problem. *Informing Science: the International Journal of an Emerging Transdiscipline*, 11, 17-33.
<https://www.inform.nu/Articles/Vol11/ISJv11p017-033Ellis486.pdf>
- Elo, S., & Kyngäs, H. (2008). The qualitative content analysis process. *Journal of Advanced Nursing*, 62(1), 107–115. <https://doi.org/10.1111/j.1365-2648.2007.04569.x>
- Esser, F., & Vliegenthart, R. (2016). Comparative Research Methods. In J. Matthes, R. Potter & C. S. Davis (Eds.), *International Encyclopedia of Communication Research Methods*. Wiley-Blackwell.
https://www.researchgate.net/publication/308893976_Esser_F_Vliegenthart_R_2016_Comparative_Research_Methods_In_J_Matthes_R_Potter_C_S_Davis_Eds_International_Encyclopedia_of_Communication_Research_Methods_Lond_on_Wiley-Blackwell
- European Disability Forum. (2023, dezembro 12). *Communications Checklist: Making campaign communications accessible for persons with disabilities*. Consultado em maio 7, 2024 em <https://www.edf-feph.org/publications/checklists-making-campaigns-accessible-for-persons-with-disabilities/>
- Feenstra, N. (2015, setembro). Use Your Senses: Overcoming the Accessibility Paradox. [Comunicação oral]. MuseumNext. <https://www.museumnext.com/article/use-your-senses-overcoming-the-accessibility-paradox/>
- Fernandez-Lores, S., Crespo-Tejero, N., & Fernández-Hernández, R. (2022). Driving traffic to the museum: The role of the digital communication tools. *Technological Forecasting and Social Change*, 174(1), 121-273.
<https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.121273>
- Fitzgerald, M. H. (1973). *Museum Accreditation: Professional Standards*. American Association of Museums. <https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED102883.pdf>
- Fletcher, A., & Lee, M. J. (2012). Current social media uses and evaluations in American museums. *Museum Management and Curatorship*, 27(5), 505–521.
<https://doi.org/10.1080/09647775.2012.738136>
- French, Y., & Runyard, S. (1999). *The Marketing and Public Relations Handbook for Museums, Galleries and Heritage Attractions*. Altamira Press.

- French, Y., & Runyard, S. (2011). *Marketing and Public Relations for Museums, Galleries, Cultural and Heritage Attractions*. Routledge.
- Fundação Calouste Gulbenkian. (2019). *Calouste Sarkis Gulbenkian, 150 anos depois*. Consultado a 17 de outubro de 2025 em <https://gulbenkian.pt/noticias/calouste-sarkis-gulbenkian-150-anos-depois/>
- Fundação Calouste Gulbenkian (2022). *Museu Calouste Gulbenkian. História das Exposições de Arte Gulbenkian*. Consultado a 17 de outubro de 2024 em <https://gulbenkian.pt/historia-das-exposicoes/materiais-de-apoio/historia-dos-organismos/museu-calouste-gulbenkian/>
- Fundação Calouste Gulbenkian (2024). *Cronologia Fundação Calouste Gulbenkian*. Consultado a 26 de setembro de 2024 em <https://gulbenkian.pt/chronology/fundacao-calouste-gulbenkian/>
- Fundação Calouste Gulbenkian (s.d.a). O Edifício. Consultado a 17 de outubro de 2025 em <https://gulbenkian.pt/museu/colecao/o-edificio/>
- Fundação Calouste Gulbenkian (s.d.b). Horários. Consultado a 2 de fevereiro de 2025 em <https://gulbenkian.pt/informacoes-uteis/horarios/>
- Fundação Calouste Gulbenkian (s.d.c). Bilhetes. Consultado a 2 de fevereiro de 2025 em <https://gulbenkian.pt/informacoes-uteis/bilhetes/>
- Fundação Calouste Gulbenkian (s.d.d). Acessibilidade. Consultado a 17 de outubro de 2025 em <https://gulbenkian.pt/informacoes-uteis/acessibilidade/>
- Fundação Calouste Gulbenkian (s.d.e). Calouste Sarkis Gulbenkian. 1969-1955. Consultado a 30 de setembro de 2024 em <https://gulbenkian.pt/fundacao/calouste-sarkis-gulbenkian/>
- Fundação Calouste Gulbenkian (s.d.f). Grandes obras: visita tátil. Consultado a 2 de fevereiro de 2025 em <https://gulbenkian.pt/agenda/grandes-obras-visita-tatil/>
- Fundação Calouste Gulbenkian (s.d.g). *A Tempestade*. Consultado a 2 de fevereiro de 2025 em <https://gulbenkian.pt/agenda/a-tempestade/>
- Fundação Calouste Gulbenkian (s.d.h). *Veneza em Festa: um percurso tátil*. Consultado a 2 de fevereiro de 2025 em <https://gulbenkian.pt/agenda/veneza-em-festa-um-percurso-tatil/>

- Fundação Calouste Gulbenkian (s.d.i). *Explorar os Sons - Álbum de Família*. Consultado a 2 de fevereiro de 2025 em <https://gulbenkian.pt/agenda/explorar-os-sons-album-de-familia/>
- Fundação Calouste Gulbenkian (s.d.j). *Desenho em roda*. Consultado a 2 de fevereiro de 2025 em <https://gulbenkian.pt/agenda/desenho-em-roda/>
- Fundação Calouste Gulbenkian (s.d.k). *O império das flores*. Consultado a 2 de fevereiro de 2025 em <https://gulbenkian.pt/agenda/o-imperio-das-flores/>
- Fundação Calouste Gulbenkian (s.d.l). *Museu portátil: sabores, cores e riscadores*. Consultado a 2 de fevereiro de 2025 em <https://gulbenkian.pt/agenda/museu-portatil-sabores-cores-e-riscadores/>
- Fundação Calouste Gulbenkian (s.d.m). *Água Doce e Água Salgada*. Consultado a 2 de fevereiro de 2025 em <https://gulbenkian.pt/agenda/agua-doce-e-agua-salgada/>
- Fundação Calouste Gulbenkian (s.d.n). *Explorar os sons – Amor na ópera*. Consultado a 2 de fevereiro de 2025 em <https://gulbenkian.pt/agenda/explorar-os-sons-amor-na-opera/>
- Gabinete da Secretária de Estado Adjunta e da Reabilitação & Secretariado Nacional para a Reabilitação e Integração das Pessoas com Deficiência. (2006). *1º Plano de Ação para a Integração das Pessoas com Deficiências ou Incapacidade*. Ministério do Trabalho e da Solidariedade Social. <https://diariodarepublica.pt/dr/detalhe/resolucao-conselho-ministros/120-2006-541782>
- Garcia, A., Mineiro, C., Neves, J. (2017, junho). *Guia de boas práticas de Acessibilidade – Comunicação Inclusiva em Monumentos, Palácios e Museus*. Lisboa: Turismo de Portugal, I.P. e Direção-Geral do Património Cultural. <https://www.acessibilidade.gov.pt/publicacao/quia-de-boas-praticas-de-acessibilidade-comunicacao-inclusiva-em-monumentos-palacios-e-museus/>
- Gil, A. C. (1999). *Métodos e Técnicas de Pesquisa Social* (5th ed.). Atlas. <https://ayanrafael.com/wp-content/uploads/2011/08/gil-a-c-mc3a9todos-e-tc3a9cnicas-de-pesquisa-social.pdf>
- Grunig, J. E. (1992). *Excellence in Public Relations and Communication Management*. Lawrence Erlbaum Associates.

- Grunig, J. E. (2023). Public Relations, Social Inclusion, and Social Exclusion. *Journalism & Communication Monographs*, 25(2), 90-108. <https://doi.org/10.1177/15226379231167120>
- Grunig, J.E., & Hunt, T. (1984). *Managing Public Relations*. CBS College Publishing. https://www.researchgate.net/profile/James-Grunig/publication/322802009_Managing_Public_Relations/links/5a70b327a6fdcc33daa9dfad/Managing-Public-Relations.pdf
- Guillory, J. E., & Sundar, S. S. (2014). How does web site interactivity affect our perceptions of an organization? *Journal of Public Relations Research*, 26(1), 44–61. <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/1062726X.2013.795866>
- Günay, B. (2012). Museum Concept from Past to Present and Importance of Museums as Centers of Art Education. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 55, 1250-1258 <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.09.622>
- Handa, K., Dairoku, H., & Toritama, Y. (2010). Investigation of priority needs in terms of museum service accessibility for visually impaired visitors. *British Journal of Visual Impairment*, 28(3), 221-234. <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0264619610374680>
- Harada, T., Hideyoshi, Y., Gressier-Soundan, & E., Jean, C. (2018, maior). Museum Experience Design Based on Multi-Sensory Transformation Approach. *International Design Conference*. <https://doi.org/10.21278/idc.2018.0150>
- Harwood, T. & Garry, T. (2003). An Overview of Content Analysis. *The Marketing Review*, 3, 479-498.
- Hernández, F. H. (1994). *Manual de la Museología*. Editorial Síntesis. https://www.researchgate.net/profile/Francisca-Hernandez-3/publication/44436288_Manual_de_museologia_Francisca_Hernandez_Hernandez/links/568bf71108ae129fb5cb9782/Manual-de-museologia-Francisca-Hernandez-Hernandez.pdf
- Hiebert, R. E. (1966). *Courtier to the crowd; the story of Ivy Lee and the development of public relations*. Ames, Iowa State University Press. <https://archive.org/details/courtiertocrowds0000unse/page/n5/mode/2up>
- Hooper-Greenhill, E. (2003). *Museums and the Shaping of Knowledge*. London: Routledge. <http://ndl.ethernet.edu.et/bitstream/123456789/34846/1/36%20pdf.pdf>

- Hooper-Greenhill, E., Sandell, R., Moussouri, T., & O'Riain, H. (2020). *Museums and Social Inclusion – The GLLAM Report*. Department of Museum Studies, University of Leicester. <https://le.ac.uk/rcmq/research-archive/museums-and-social-inclusion>
- Hutton, J.G. (1999). The Definition, Dimensions, and Domain of Public Relations. *Public Relations Review*, 25(2), 199-214. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0363811199801623>
- ICOM Portugal. (2022). *Nova Definição de Museu*. Consultado a 27 de julho de 2025 em <https://icom-portugal.org/2022/09/30/nova-definicao-de-museu-2/>
- Ingenhoff, D., & Koelling, A. M. (2009). The potential of web sites as a relationship building tool for charitable fundraising NPOs. *Public Relations Review*, 35(1), 66–73. https://www.researchgate.net/publication/248528115_The_potential_of_Web_sites_as_a_relationship_building_tool_for_charitable_fundraising_NPOs
- Institute for Public Relations (2023). *Some Best Practices for Accessibility Communications*. Consultado em maio 14, 2024 em <https://instituteforpr.org/guide-accessibility-communications/>
- Johnson, M. A. (2020). *Engaging Diverse Communities: A Guide to Museum Public Relations*. University of Massachusetts Press.
- Jorge, V. O. (2023, abril 19). *A notável família Bordalo Pinheiro: três gerações de grandes artistas de Lisboa*. Público. <https://arteria.publico.pt/perspectiva/a-notavel-familia-bordalo-pinheiro-tres-geracoes-de-grandes-artistas-de-lisboa/>
- Jorgensen, D.L. (1989). *Participant Observation. A Methodology for Human Studies*. SAGE Publications. <https://jan.ucc.nau.edu/~pms/cj355/readings/jorgensen.pdf>
- Kabassi, K. (2019). Evaluating museum websites using a combination of decision-making theories. *Journal of Heritage Tourism*, 14(5–6), 544–560. <https://doi.org/10.1080/1743873X.2019.1574301>
- Kaplan, A., & Haenlein, M. (2010). Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59-68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>

- Keller, A. (2014). The Scented Museum. In N. Levent, A. Pascual-Leone (Ed.). *The Multisensory Museum: Cross-Disciplinary Perspectives on Touch, Sound, Smell, Memory, and Space* (pp. 167-176). Rowman & Littlefield
- Kent, M. L., & Taylor, M. (1998). Building dialogic relationships through the world wide web. *Public Relations Review*, 24(3), 321–334.
<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S036381119980143X>
- Kinsley, R.P (2016). Inclusion in museums: a matter os social justice. *Museum Management and Curatorship*, 31(5), 474-490.
<https://doi.org/10.1080/09647775.2016.1211960>
- Knott, E., Rao, H., A., Summers, K., & Teeger, C. (2022). Interviews in the Social Sciences. *Nat Rev Methods Primers*, 2(73). <https://doi.org/10.1038/s43586-022-00150-6>
- Kothari, C.R. (2004). *Research Methodology: Methods and Techniques*. New Age International.
<http://dl.saintgits.org/jspui/bitstream/123456789/1133/1/Research%20Methodology%20C%20R%20Kothari%20%28Eng%29%201.81%20MB.pdf>
- Koutsoklenis, A., Papadopoulos, K. (2011). Olfactory Cues Used for Wayfinding in Urban Environments by Individuals with Visual Impairments. *Journal of Visual Impairment & Blindness*, 105(10), 692-702.
<https://doi.org/10.1177/0145482X1110501015>
- Krippendorff, K. (1980), *Content Analysis: An Introduction to its Methodology*, London: Sage.
<https://www.daneshnamehicsa.ir/userfiles/files/1/9-%20Content%20Analysis%20An%20Introduction%20to%20Its%20Methodology.pdf>
- Kydros, D., & Vrana, V. (2021). A Twitter network analysis of European museums. *Museum Management and Curatorship*, 36(6), 569–589.
<https://doi.org/10.1080/09647775.2021.1894475>
- L'Etang, J. (1996). Public relations as diplomacy. In J. L'Etang, M. Pieczka (Ed.). *Critical Perspectives in Public Relations* (pp.14-34). International Thomson Business Press.
- Labonte, R. (2004). Social inclusion/exclusion: dancing the dialectic. *Health Promotion International*, 19(1), 115-121.

https://www.researchgate.net/publication/8687562_Social_inclusionexclusion_Dancing_the_dialectic

- Lacedelli, S. Z. (2018). The Platform-Museum: conceptual revolutions and practical implications. *Museological Review: Museums of the Future*, 22, 30-42. <https://le.ac.uk/-/media/uol/docs/academic-departments/museum-studies/museological-review/museological-review-issue-22.pdf>
- Lacey, S., Sathian, K. (2014). Please DO Touch the Exhibits! Interactions between Visual Imagery and Haptic Perception. In N. Levent, A. Pascual-Leone (Ed.). *The Multisensory Museum: Cross-Disciplinary Perspectives on Touch, Sound, Smell, Memory, and Space* (pp. 3-16). Rowman & Littlefield
- Lakatos, E. M., & Marconi, M. A. (2003). Fundamentos de Metodologia científica. 5.ed. Atlas. https://cursosextensao.usp.br/pluginfile.php/300164/mod_resource/content/1/MC_2019%20Marconi%20Lakatos-met%20cient.pdf
- Latupeirissa, J., Ardyansyah, N., Pratiwi, K., & Nareswari, M. (2024). Unlocking the Power of Inclusive Communication in Public Relations: A Comprehensive Review of Strategies. *Estudos em Comunicação*, 1(39), 160-182. <https://doi.org/10.25768/1646-4974n39v1a10>
- Leavy, P. (2017). *Research Design: Quantitative, Qualitative, Mixed Methods, Arts-Based, and Community-Based Participatory Research Approaches*. Guilford Press. https://www.researchgate.net/publication/327420021_Leavy_P_2017_Research_Design_Quantitative_Qualitative_Mixed_Methods_Arts-Based_and_Community-Based_Participatory_Research_Approaches_New_York_NY_The_Guilford_Press_ISBN_9781462514380_300_pp_Paperback
- Lehmannová, M, (2020). *224 Years of Defining the Museum. International Council of Museums*. https://icom.museum/wp-content/uploads/2020/12/2020_ICOM-Czech-Republic_224-years-of-defining-the-museum.pdf
- Lewis, G. D. (2024, July 3). *Museum*. Encyclopædia Britannica. Consultado em julho 8 2024, em <https://www.britannica.com/topic/museum-cultural-institution>
- Lisboa Cultura (s.d.) *Sobre a empresa - História*. EGEAC. Consultado a 20 de novembro de 2024 em <https://egeac.pt/sobre/>

- Li, Z., Shu, S., Shao, J., Booth, E., & Morrison, A. M. (2021). Innovative or Not? The Effects of Consumer Perceived Value on Purchase Intentions for the Palace Museum's Cultural and Creative Products. *Sustainability*, 13(4), 24-12. <https://doi.org/10.3390/su13042412>
- Longo, M. R., Kammers, M. P. M., Gomi, H., Tsakiris, M., & Haggard, P. (2009). Contraction of body representation induced by proprioceptive conflict. *Current Biology*, 19(17), 727–728. <https://doi.org/10.1016/j.cub.2009.07.024>
- Lopatovska, I. (2015). Museum website features, aesthetics, and visitors' impressions: a case study of four museums. *Museum Management and Curatorship*, 30(3), 191–207. <https://doi.org/10.1080/09647775.2015.1042511>
- Mairesse, F. (2019). The Definition of the Museum: History and Issues. *Museum International*, 71(1–2), 152–159. <https://doi.org/10.1080/13500775.2019.1638072>
- Martins, C. (2012). The museum (audio) guide as an accessibility enhancer. In C. A. M. Mercado, C. Limbach, & M. O. L. Colmenero (Ed.) *Accesibilidad en la nueva era de las comunicaciones Profesionales y universidad: un diálogo imprescindible*. (pp.101-115). Granada: Ediciones Tragacanto. https://www.researchgate.net/publication/271966071_The_museum_audio_guide_as_an_accessibility_enhancer
- Martins, C. (2020). Multisensory experiences in Museums. In A. J. C. Núñez, & S. M. Martínez (Ed.). *Acceso al patrimonio cultural, científico y natural: contribuciones desde la traductología*. (pp.105-116). Granada: Ediciones Tragacanto. https://www.researchgate.net/publication/344961809_Multisensory_experiences_in_museums
- Martins, P.R. (2013). A inclusão social tem influência nas práticas museais? O acesso dos públicos com deficiência. *Midas*, 2. <https://doi.org/10.4000/midas.246>
- Martins, P.R. (2018). The Representation of Disability in DGPC Museums Collections: Discourse, Identities and Sense of Belonging. In P. R. Martins, A. L. Semedo, & C. F. Camacho (Eds.). *Representing Disability in Museums. Imaginary and Identities*. (pp.13-33). <https://ler.letras.up.pt/uploads/ficheiros/17545.pdf>
- Martins, P.R. (2021). *Cultural Human Boundaries: Representing Disability in Portuguese Museums*. (Working Paper Nº. 10).

https://research.unl.pt/ws/portalfiles/portal/60015597/Working_Papers_V_CHA_M_Conference_FINAL_132_143.pdf

- McClellan, A. (2012). Musée du Louvre, Paris: Palace of the People, Art for All. In C. Paul (Ed.). *The First Modern Museums of Art: The Birth of an Institution in 18th- and Early-19th-Century Europe*. (pp.235-257). Getty Publications. https://www.researchgate.net/publication/332463474_Musee_du_Louvre_Paris_Palace_of_the_People_Art_for_All
- Menezes, S. (2006). A memória do trabalho e os trabalhos da memória. O Caso do Museu da Industria de Chapelaria [Dissertação de Mestrado, Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias]. *Cadernos de Sociomuseologia*. <https://revistas.ulusofona.pt/index.php/cadernosociomuseologia/issue/view/43>
- Mesquita, D., & Carneiro, J. M. (2016). Accessibility of European museums to visitors with visual impairments. *Disability & Society*, 31(3), 373-388. <https://doi.org/10.1080/09687599.2016.1167671>
- Mihalache, I. D. (2014). Taste-full Museums: Educating the Senses One Plate at a Time. In N. Levent, A. Pascual-Leone (Ed.). *The Multisensory Museum: Cross-Disciplinary Perspectives on Touch, Sound, Smell, Memory, and Space* (pp. 197-212). Rowman & Littlefield.
- Miri, S. M., & Shahrokh, Z. D. (2019). *A Short Introduction to Comparative Research*. https://www.researchgate.net/publication/336278925_A_Short_Introduction_to_Comparative_Research
- Moita, I. (1988/1989). *Rafael Bordalo Pinheiro o Homem e o Artista*. <https://www.icm.gov.mo/rc/viewer/30007/1522>
- Montsho, G. (2022). *Making Museums Accessible to Those with Disabilities*. Consultado a 19 de abril de 2024 em <https://www.museumnext.com/article/making-museums-accessible-to-those-with-disabilities/>
- Morgan, J. (2012). The multisensory museum. *Glasnik Etnografskog instituta*, 60(1), 65-77. https://www.researchgate.net/publication/270470318_The_multisensory_museum
- Museu Bordalo Pinheiro (s.d.a). *Museu*. Consultado a 16 de outubro de 2024 em <https://museubordalopinheiro.pt/museu/>

- Museu Bordalo Pinheiro (s.d.b). *Fundação*. Consultado a 16 de outubro de 2024 em <https://museubordalopinheiro.pt/museu/historia/>
- Museu Bordalo Pinheiro (s.d.c). *A casa*. Consultado a 16 de outubro de 2024 em <https://museubordalopinheiro.pt/museu/historia/museu-bordalo-pinheiro-a-casa/>
- Museu Bordalo Pinheiro (s.d.d). *O Fundador*. Consultado a 16 de outubro de 2024 em <https://museubordalopinheiro.pt/museu/historia/artur-ernesto-de-santa-cruz-magalhaes/>
- Museu Bordalo Pinheiro (s.d.e). *Museu Rafael Bordalo Pinheiro*. Referências de Jornais. Consultado a 3 de fevereiro de 2025 em <https://museubordalopinheiro.pt/item/museu-rafael-bordalo-pinheiro-referencias-de-jornais/>
- Museu Bordalo Pinheiro (s.d.f). *Coleção*. Consultado a 17 de dezembro de 2024 em <https://museubordalopinheiro.pt/colecao/>
- Museu Bordalo Pinheiro (s.d.g). *Exposição Permanente. Bordalo Decorador*. Consultado a 2 de fevereiro de 2025 em <https://museubordalopinheiro.pt/expo/bordalo-decorador/>
- Museu Bordalo Pinheiro (s.d.h). *Exposição Temporária. Bordalo em Trânsito*. Consultado a 28 de janeiro de 2025 em <https://museubordalopinheiro.pt/expo/bordalo-em-transito/>
- Museu Bordalo Pinheiro (s.d.i). *Exposição Temporária. O Humor Unido Jamais Será Vencido*. Consultado a 28 de janeiro de 2025 em <https://museubordalopinheiro.pt/expo/o-humor-unido-jamais-sera-vencido/>
- Museu Bordalo Pinheiro (s.d.j). *Exposição itinerante. O Jogo da Política Moderna!* Consultado a 4 de janeiro de 2025 em <https://museubordalopinheiro.pt/expo/o-jogo-da-politica-moderna/>
- Museu Bordalo Pinheiro (s.d.k). *Exposição virtual. Lisboa de Bordalo story map*. Consultado a 4 de janeiro de 2025 em <https://museubordalopinheiro.pt/expo/lisboa-de-bordalo-story-map/>
- Museu Bordalo Pinheiro (s.d.l). *Bem-vindo ao Museu Bordalo Pinheiro*. Consultado a 6 de fevereiro de 2025 em <https://museubordalopinheiro.pt/bem-vindo-ao-museu-bordalo-pinheiro/>

- Museu Bordalo Pinheiro (s.d.m). *Atividades*. Consultado a 8 de abril de 2025 em <https://museubordalopinheiro.pt/atividades/>
- Museu Bordalo Pinheiro (s.d.n). *Visitas*. Consultado a 22 de dezembro de 2024 em <https://museubordalopinheiro.pt/atividades/visitas/>
- Museu Bordalo Pinheiro (s.d.o). *Programa de Atividades para Escolas 2024/2025*. Consultado a 16 de janeiro de 2025 em <https://museubordalopinheiro.pt/atividade/programa-de-atividades-para-escolas-2024-2025/>
- Museu Bordalo Pinheiro (s.d.p). *Programação Acessível*. Consultado a 3 de janeiro de 2025 em <https://museubordalopinheiro.pt/atividade/programacao-acessivel/>
- Museu Bordalo Pinheiro (s.d.q). *Acessibilidades*. Consultado a 21 de janeiro de 2025 em <https://museubordalopinheiro.pt/museu/acessibilidades/>
- Museu Bordalo Pinheiro (s.d.r). *Bordalo Decorador*. Consultado a 3 de janeiro de 2025 em <https://museubordalopinheiro.pt/bordalo-decorador/>
- Museu Bordalo Pinheiro (s.d.s). *Projetos de Continuidade. Serviço Educativo*. Consultado a 3 de janeiro de 2025 em <https://museubordalopinheiro.pt/atividade/projetos-de-continuidade/>
- Museu Bordalo Pinheiro (s.d.t). *Rafael Bordalo Pinheiro Cronologia*. Consultado a 15 de dezembro de 2025 em <https://museubordalopinheiro.pt/rafael-bordalo-pinheiro/rafael-bordalo-pinheiro-cronologia-2/>
- Museu Bordalo Pinheiro (s.d.u). *Olá, Bordalo, quem sou eu?*. Consultado a 16 de janeiro de 2025 em <https://museubordalopinheiro.pt/atividade/ola-bordalo-quem-sou-eu/>
- Museu Bordalo Pinheiro (s.d.v). *Bordalo ao Natural*. Consultado a 16 de janeiro de 2025 em <https://museubordalopinheiro.pt/atividade/bordalo-ao-natural/>
- Museu Bordalo Pinheiro (s.d.w). *Percurso sensorial: Bordalo em sentido*. Consultado a 16 de janeiro de 2025 em <https://museubordalopinheiro.pt/atividade/percurso-sensorial-bordalo-em-sentido/>
- Museu Bordalo Pinheiro (s.d.x). *Visita Acessível Bordalo Entre o Som e o Gesto*. Consultado a 16 de janeiro de 2025 em <https://museubordalopinheiro.pt/atividade/bordalo-entre-o-som-e-o-gesto/>

- Museu Bordalo Pinheiro (s.d.y). *Visita Acessível “Bordalo Surpresa”*. Consultado a 16 de janeiro de 2025 em <https://museubordalopinheiro.pt/atividade/visita-acessivel-bordalo-surpresa/>
- Museu Calouste Gulbenkian (2020). *Uma Coleção com Histórias*. Consultado a 28 de dezembro de 2024 em <https://gulbenkian.pt/museu/em-foco/uma-colecao-com-historias/>
- Nações Unidas. (2016). *Leaving no one behind: the imperative of inclusive development. Report on the World Social Situation 2016*. <https://www.un.org/esa/socdev/rwss/2016/full-report.pdf>
- Nações Unidas. (2021). *Disability-Inclusive Communications Guidelines*. Consultado em maio 17, 2024 em https://www.un.org/sites/un2.un.org/files/un_disability-inclusive_communication_guidelines.pdf
- Nações Unidas. (s.d.). *Disability Inclusive Language Guidelines*. United Nations Office in Geneva. Consultado em junho 9, 2024. <https://www.ungeneva.org/en/about/accessibility/disability-inclusive-language>
- Nações Unidas – Centro Regional de Informação para a Europa Ocidental. (2019, julho, 9). *Declaração Universal dos Direitos humanos*. Nações Unidas - ONU Portugal. <https://unric.org/pt/declaracao-universal-dos-direitos-humanos/>
- Neves, J. (2010). Comunicação Multissensorial em contexto Museológico. *I Seminário de Investigação Em Museologia Dos Países de Língua Portuguesa e Espanhola*, 1, 180–192. <https://www.porsinal.pt/index.php?ps=artigos&idt=artc&cat=12&idart=11>
- Observador. (2022, agosto 25). *Nova definição de museu aprovada por profissionais, apesar de lacuna de competências*. Observador. <https://observador.pt/2022/08/25/nova-definicao-de-museu-aprovada-por-profissionais-apesar-de-lacuna-de-competencias/#:~:text=est%C3%A1%20alinhada%20com%20algumas%20das%20maiores%20mudan%C3%A7as,publicado%20pelo%20ICOM%20na%20su%C3%A1%20p%C3%A1gina%20oficial>
- Oliver, M. (2004). The Social Model in Action: if I had a hammer. In C. Barnes, G. Mercer (Eds.). *Implementing the Social Model of Disability: Theory and Research*. (pp.18-31). The Disability Press. <https://disability-studies.leeds.ac.uk/wp->

[content/uploads/sites/40/library/Barnes-implementing-the-social-model-chapter-2.pdf](#)

Olkin, R. (2022). *Conceptualizing disability: Three models of disability*. American Psychological Association. Consultado a 5 de julho de 2024 em <https://www.apa.org/ed/precollege/psychology-teacher-network/introductory-psychology/disability-models>

Olsen, J. (2024). The United Kingdom Government's Creation of the Personal Tragedy Model of Disability. *Review of Disability Studies: An International Journal*, 18(4), 1-30. <https://rdsjournal.org/index.php/journal/article/view/1190>

Organização Mundial de Saúde & Direção-Geral de Saúde, Leitão A. (Trad.) (2004). *Classificação Internacional de Funcionalidade, Incapacidade e Saúde*. Direção Geral da Saúde (Obra original publicada em 2001). <https://app.parlamento.pt/webutils/docs/doc.pdf?path=6148523063446f764c324679626d56304c334e706447567a4c31684a53556c4d5a5763765130394e4c7a464451554e45544563765247396a6457316c626e52766330466a64476c32615752685a4756446232317063334e686279396c4e444935596d5668597930355a6a426d4c5451324e575174595463304f53316d4e5449354e544a6a4f445a6a4e546b756347526d&fich=e429beac-9f0f-465d-a749-f52952c86c59.pdf&inline=true>

Padilla-Meléndez, A., & Del Águila-Obra, A.R. (2013). Web and social media usage by museums: Online value creation. *International Journal of Information Management*, 33(5), 892-898. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2013.07.004>

Pasquale, G. D. (2005). The Museum of Alexandria: myth and model. In M. Beretta. *From Private to Public: Natural Collections and Museums* (pp.1-11). New York Science Publications. https://www.academia.edu/1845370/The_Museum_of_Alexandria_myth_and_model

Pinto, P. C. (2015). Modelos de abordagem à deficiência: que implicações para as políticas públicas? *Ciências e Políticas Públicas*, 1(1), 174-200. <https://cpp.iscsp.ulisboa.pt/index.php/capp/article/view/8>

Resource: The Council for Museums, Archives and Libraries. (2001, janeiro). *Disability Directory for Museums and Galleries*. https://www.accessibletourism.org/resources/uk_museumsand-galleries_disability_directory_pdf_6877.pdf

- Ribeiro, J. A., (2019, 3 de setembro). *Sobre a proposta da nova definição de Museu*. ICOM PORTUGAL. <https://icom-portugal.org/2019/09/10/sobre-a-proposta-da-nova-definicao-de-museu/>
- Roque, M. I. (2013) *A comunicação da obra de arte exposta no museu*. Webinar Laureate, julho.
- Rumo a 2030 (s.d.). *Agenda 2030*. Consultado a 1 de maio de 2025. <https://rumoa2030.pt/a-agenda-2030/>
- Sandahl, J. (2019). The Museum Definition. The Backbone of Museums. *Museum International*, 71(1–2), 1-9. <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/13500775.2019.1638019>
- Sandell, R. (1998). Museums as Agents of Social Inclusion. *Museum Management and Curatorship*, 17(4), 401-418, <https://doi.org/10.1080/09647779800401704>
- Sandell, R. (2003). Social Inclusion, the Museum and the Dynamics of Sectoral Change. *Museum and Society*, 1(1), 45-62. https://www.researchgate.net/publication/27244654_Social_Inclusion_the_Museum_and_the_Dynamics_of_Sectoral_Change
- Schreier, M. (2012). *Qualitative Content Analysis in Practice*. SAGE Publications. [https://www.daneshnamehicsa.ir/userfiles/files/1/9%20Qualitative%20Content%20Analysis%20in%20Practice%20\(2013,%20SAGE%20Publications\).pdf](https://www.daneshnamehicsa.ir/userfiles/files/1/9%20Qualitative%20Content%20Analysis%20in%20Practice%20(2013,%20SAGE%20Publications).pdf)
- Sebastião, S. P. (2012). Relações públicas: a comunicação, as organizações e a sociedade. *Comunicação Pública*, 7(12), 23-42. <https://doi.org/10.4000/cp.112>
- Silver, H. (1994). Social exclusion and social solidarity: Three paradigms. *International Labour Review*, 2, 5-6. https://www.researchgate.net/publication/247563087_Social_Exclusion_and_Social_Solidarity_Three_Paradigms
- Silver, H. (2007). The Process of Social Exclusion: The Dynamics of an Evolving Concept. *Chronic Poverty Research Centre Working Paper*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.1629282>
- Silver, H. (2015, outubro). *The Contexts of Social Inclusion. (Working paper N° 144)*. https://www.un.org/esa/desa/papers/2015/wp144_2015.pdf

- Soares, B. B. (2020). Introduction. In ICOFOM (Ed.). *Defining the museum: challenges and compromises of the 21st century*. (pp.16-32). International Journal of the ICOM International Committee for Museology, 48(2), 1-304. https://www.icom.org.br/wp-content/uploads/2021/02/ICOFOM_Study_Series_48_2.pdf
- Sorokowska, A., Sorokowski, P., Karwowski, M., Larsson, M., & Hummel, T. (2019). Olfactory perception and blindness: a systematic review and meta-analysis. *Psychological Research*, 83(8), 1595–1611. <https://doi.org/10.1007/s00426-018-1035-2>
- Sousa, M. (2024, outubro 31). Inauguração de exposição transforma Escola Secundária Rafael Bordalo Pinheiro num Museu vivo. *Jornal das Caldas*. <https://jornaldascaldas.pt/2024/10/31/inauguracao-de-exposicao-transforma-escola-secundaria-rafael-bordalo-pinheiro-num-museu-vivo/>
- Stevenson, R. J. (2014). The Forgotten Sense: Using Olfaction in a Museum Context: A Neuroscience Perspective. In N. Levent, A. Pascual-Leone (Ed.). *The Multisensory Museum: Cross-Disciplinary Perspectives on Touch, Sound, Smell, Memory, and Space* (pp. 151-165). Rowman & Littlefield.
- Swanson, G. (1971). Frameworks for comparative research: structural anthropology and the theory of action. In I. Vallier (Ed.), *Comparative Methods in Sociology: Essays on Trends and Applications*, (pp. 141-202). Berkeley: University of California Press.
- Tashakkori, A., & Teddlie, C. (1998). *Mixed methodology. Combining qualitative and quantitative approaches*. SAGE Publications. https://www.researchgate.net/profile/Joseph-Maxwell-3/publication/313552075_Mixed_method_design_An_alternative_approach/link/s/5a12d65aa6fdcc717b521a86/Mixed-method-design-An-alternative-approach.pdf
- Tench, R., & Yeomans, L. (2009). *Exploring Public Relations*. FT, Prentice Hall, Financial Times. <https://archive.org/details/exploringpublicr0000unse>
- The British Museum. (s.d.). *History*. Consultado em julho 14, 2024, <https://www.britishmuseum.org/about-us/british-museum-story/history>

- Theaker, A. (2001). *The Public Relations handbook*. Routledge.
https://aclasites.wordpress.com/wp-content/uploads/2017/02/alison_theaker-public-relations-handbook-media-practice2001.pdf
- Thibaud, J. (2011). A Sonic Paradigm of Urban Ambiances?. *Journal of Sonic Studies*. 1(1).
https://www.researchgate.net/publication/232443793_A_Sonic_Paradigm_of_Urban_Ambiances
- Tiago. (2022). *Em minha casa, todos comunicavam em língua gestual*. Access Lab. Consultado em junho 9, 2024 em <https://accesslab.pt/em-minha-casa-todos-comunicavam-em-lingua-gestual/>
- TIME OUT Lisboa. (2024, dezembro 12). O Humor Unido Jamais Será Vencido. TIME OUT Lisboa. <https://www.timeout.pt/lisboa/pt/coisas-para-fazer/o-humor-unido-jamais-sera-vencido>
- Union of Physically Impaired Against Segregation. (1976). *Fundamental Principles of Disability*. <https://disability-studies.leeds.ac.uk/wp-content/uploads/sites/40/library/UPIAS-fundamental-principles.pdf>
- Walker, A. (1997). Introduction: the strategy of inequality. In A. Walker, C. Walker (Eds.). *Britain Divided. The growth of social exclusion in the 1980s and 1990s* (pp.1-13). Child Poverty Action Group. <https://archive.org/details/britaindividedgr0000unse>
- Wang, S. (2020). Museum as a Sensory Space: A Discussion of Communication Effect of Multi-Senses in Taizhou Museum. *Multidisciplinary Digital Publishing Institute*, 12(7). <https://doi.org/10.3390/su12073061>
- White, J., & Mazur, L. (1995). *Strategic Communications Management: Making Public Relations Work*. Harlow: Addison-Wesley Pub.
- World Bank Group (s.d.). *Social Inclusion*. Consultado a 1 de maio de 2025. <https://www.worldbank.org/en/topic/social-inclusion>
- Xifra, J. (2007). *Técnicas de las relaciones públicas*. Editorial UOC.
- Zingone, M. (2019). Instagram as Digital Communication Tool for the Museums: a Reflection on Prospectives and Opportunities through the Analysis of the Profiles of Louvre Museum and Metropolitan Museum of New York. *European Journal of Social Sciences Education and Research*, 6(3), 53-63. <https://doi.org/10.26417/ejser.v6i3.p53-63>

Ziyauddin, K. M. (2009). Dalits and Social Exclusion – Understanding the Conceptualization. In K.M. Ziyauddin, E. Kasi (Eds.). *Dimensions of Social Exclusion: Ethnographic Explorations*. (pp.7-21). Cambridge Scholars Publishing.

Zelazko, A. (setembro, 2025). Millennial. Britannica. Consultado a 7 de outubro de 2025 em <https://www.britannica.com/topic/millennial>

Entrevistas:

Saraiva, B. & João, M. (2024, novembro, 8). Entrevista 1 – Beatriz Saraiva e Margarida João.

Guerreiro, T. & Costa, T. (2024, novembro, 11). Entrevista 2 – Tiago Guerreiro e Teresa Costa.

Pina, L. (2024, novembro, 11). Entrevista 3 – Liliana Pina.

João, M. (2024, dezembro, 19). Entrevista 4 – Margarida João.

Apêndices

Apêndice 1 – As classificações dos estudos científicos de acordo com Kothari (2004) e Gil (1999)

Tipo de estudo	Descrição
Estudos de natureza exploratória	O intuito é familiarizar-se com um fenómeno ou obter novos conhecimentos sobre o mesmo (Kothari, 2004).
Estudos de natureza descritiva	Visam retratar com precisão as características de um determinado indivíduo, acontecimento ou grupo (Kothari, 2004).
Estudos de natureza diagnóstica	O propósito é determinar a frequência com que um fenómeno ocorre ou a sua relação com outro (Kothari, 2004).
Estudos destinados à verificação de hipóteses	Procuram testar relações de causa e efeito entre duas variáveis (Kothari, 2004).

Tabela 2 - As quatro classificações dos estudos científicos. Tabela elaborada pela investigadora com base em Kothari (2004).

Tipo de estudo	Descrição
Estudos exploratórios	São conduzidos, sobretudo, quando o tema é pouco conhecido. Assim, a sua principal finalidade consiste na reformulação, desenvolvimento e na clarificação de conceitos e ideias. Quando comparados com outros tipos de estudos, os exploratórios caracterizam-se por uma menor rigidez no que respeita ao planeamento metodológico. Normalmente, recorrem à análise bibliográfica e documental, a entrevistas não padronizadas e a estudos de caso. Regra geral, não implicam a utilização de métodos de amostragem estruturados nem a aplicação de técnicas quantitativas para a recolha de dados (Gil, 1999, p.27).
Estudos descritivos	Têm como principal finalidade caracterizar determinada população ou fenómeno ou estabelecer relações entre variáveis. São inúmeros os estudos que podem ser classificados como descritivos. Este distingue-se, sobretudo, pela utilização de instrumentos padronizados de recolha de dados. Destacam-se aqueles que visam estudar as características de um determinado grupo, tais como a idade, o sexo, a origem, o nível de escolaridade, o rendimento, o estado de saúde física e mental, entre outros. Outros estudos desta natureza têm como intuito analisar o nível de atendimento prestado pelas entidades públicas a uma comunidade, as condições de habitação dos seus cidadãos, o índice de criminalidade local, entre

	<p>outras variáveis. Também se incluem neste grupo os estudos que visam identificar as opiniões, atitudes e crenças de uma população. Igualmente, são consideradas estudos descritivos aqueles que têm por intuito descobrir a existência de relações entre variáveis. Um exemplo deste tipo são os estudos eleitorais, que analisam a relação entre a preferência político-partidária e fatores como o nível de rendimento ou de escolaridade (Gil, 1999, p.28). No entanto, alguns estudos descritivos vão além da mera identificação da existência de relações entre variáveis, procurando determinar a natureza dessas relações. Nestes casos, trata-se de estudos descritivos que apresentam características próximas das investigações explicativas. Por outro lado, há estudos que, embora classificados como descritivos, acabam por proporcionar uma nova perspectiva sobre o problema em questão, aproximando-se, assim, dos estudos exploratórios. Os estudos descritivos são, juntamente com os exploratórios, os tipos de estudos mais realizados pelos investigadores do campo das ciências sociais. São também os mais solicitados pelas organizações, incluindo instituições de ensino, empresas comerciais e partidos políticos (Gil, 1999, p.28).</p>
<p>Estudos de natureza explicativa</p>	<p>Têm como principal finalidade identificar os fatores que contribuem para a ocorrência de um fenómeno. Este tipo de estudos desempenham um papel fundamental na produção do conhecimento científico, pois possibilitam um maior entendimento da realidade ao procurarem identificar e analisar as causas subjacentes aos fenómenos. Deste modo, pode afirmar-se que o avanço do conhecimento científico se sustenta, em grande medida, nos resultados obtidos através dos estudos explicativos. Isto não significa, porém, que os estudos exploratórios e descritivos possuem menor valor. Um estudo explicativo pode, na verdade, advir de um estudo descritivo. Um fenómeno exige, antes de mais, uma análise minuciosa da sua manifestação e das suas variáveis constitutivas (Gil, 1999, pp.28-29). No entanto, como refere Gil (1999), nem sempre é fácil realizar estudos estritamente explicativos no campo das ciências sociais (p.29).</p>

Tabela 3 - As três classificações dos estudos científicos. Tabela elaborada pela investigadora com base em Gil (1999).

Apêndice 2 – Os diferentes níveis de estruturação das entrevistas

Entrevista não estruturada	<p>Distingue-se pela total ausência de uma formulação ou sequência de perguntas previamente determinadas. Neste tipo de entrevista, o entrevistador tem plena liberdade para conduzir a conversa, adaptando as perguntas de acordo com as respostas do entrevistado e os tópicos que surgem naturalmente durante a conversa. Este tipo de entrevista é muito utilizado em estudos de natureza exploratória, sobretudo quando o propósito do investigador é compreender o significado que um ou alguns especialistas(s) atribuem a um evento ou fenómeno (Fortin, p.247). Apesar da flexibilidade da entrevista não estruturada, esta pode exibir diferentes graus de estruturação. Assim, classifica-se, por vezes, como parcialmente estruturada ou totalmente não estruturada. Na modalidade parcialmente estruturada, o investigador elabora uma lista de temas a serem abordados e formula perguntas com base nesses tópicos, apresentando-as ao entrevistado na ordem que considerar mais pertinente (Fortin, 2009, p.247). Em contrapartida, na entrevista totalmente não estruturada, os participantes são incentivados a expressar-se livremente acerca dos temas sugeridos pelo investigador, sem ser obrigatório abordar todos os tópicos ou de os seguir de forma rígida (Fortin, 2009, p.247).</p>
Entrevista semiestruturada	<p>Não há uma estrutura rígida de perguntas, mas também não se trata de uma entrevista completamente livre ou desorganizada. Geralmente, o investigador dispõe de um conjunto de perguntas-guia. Contudo, não é necessário que as apresente na ordem prevista, nem com a formulação original. Sempre que possível, permitirá que o entrevistado se expresse livremente, utilizando as suas próprias palavras e seguindo a ordem que lhe for mais</p>

	<p>conveniente. O investigador esforçar-se-á por redirecionar a entrevista para os seus objetivos sempre que o entrevistado se desviar destes, bem como por colocar as perguntas que este não aborda por si próprio, no momento mais apropriado e de forma tão natural quanto possível (Quivy & Campenhoudt, 1998, pp.192-194).</p>
<p>Entrevista estruturada</p>	<p>Desenvolve-se "a partir de uma relação fixa de perguntas" (Gil, 1999, p.113). Isto é, todas as perguntas são predefinidas e apresentadas na mesma ordem para todos os entrevistados (Damon & Holloway, 2002, pp.171-172). O entrevistador poderá esclarecer o significado das perguntas, desde que tal seja permitido e explicitado desde o início. No entanto, na maioria dos casos, isso não lhe é permitido. Por outro lado, o entrevistado pode sentir que lhe é imposto um limite no âmbito das respostas a dar (Fortin, 2009, p.246).</p>

Tabela 4 - Os diferentes níveis de estruturação das entrevistas.

Apêndice 3 - Estratégias para o desenvolvimento das categorias da análise de conteúdo.

Tipologia	Descrição
<i>Concept-driven</i>	As categorias e as respetivas subcategorias são identificadas e caracterizadas a partir de conhecimentos prévios, sem ser necessário proceder inicialmente à análise do material empírico. Esta estratégia, de natureza dedutiva, assenta em fundamentos teóricos, em estudos anteriores, na experiência profissional ou mesmo na lógica do investigador (Schreier, 2012, pp.84-94).
<i>Data-driven</i>	Trata-se de uma estratégia de natureza indutiva, na qual as categorias e subcategorias emergem diretamente do material analisado. Esta estratégia revela-se particularmente útil quando se pretende descrever o material de forma detalhada (Schreier, 2012, pp.84-94).
Estratégia combinada	Consiste na combinação entre as duas abordagens anteriores. Numa "mistura típica", procede-se, num primeiro momento, à definição das categorias principais com base no conhecimento prévio - componente conceptual -, seguindo-se, numa segunda fase, á identificação e caracterização das subcategorias, que é realizada a partir do conteúdo presente nos dados - componente empírica ou indutiva. Importa, contudo, salientar que, na prática, tanto as categorias como as respetivas subcategorias podem emergir da componente conceptual, dos dados empíricos ou, inclusive, da "mistura" de ambas, não sendo, por isso, necessariamente exclusivas de uma única fonte (Schreier, 2012, pp.84-94).

Tabela 5 - Estratégias para o desenvolvimento das categorias. Tabela elaborada a partir de Schreier (2012, pp.84-94).

Apêndice 4 - Subcategorias da análise de conteúdo às entrevistas

Museu inclusivo		
Tipologia	Subcategoria	Descrição
<i>Concept-driven</i>	Inclusão social no museu	Adota-se a definição de museu proposta pelo ICOM em 2022, que caracteriza o museu como uma instituição ao serviço da sociedade, acessível, inclusiva e aberta ao público, promovendo a diversidade e incentivando a participação das comunidades (ICOM Portugal, 2022). Consideram-se, igualmente, as perspetivas de Sandell (1998) e de outros autores que se debruçam sobre esta temática. Procede-se à identificação de todas as unidades de registo que fazem referência à inclusão social no contexto museológico.
<i>Concept-driven</i>	Barreiras ao acesso	Adota-se a perspetiva de Sandell (1998) e de Dodd e Sandell (2001) que afirmam que os museus têm procurado identificar e superar as barreiras que limitam o acesso de diferentes públicos às suas exposições e programas culturais. Considera-se também o contributo da Acesso Cultura (2020) nesta matéria. Deste modo, são consideradas todas as unidades de registo que fazem referência às barreiras ao acesso - físicas, sociais ou intelectuais.
<i>Concept-driven</i>	Programação inclusiva	Adota-se a perspetiva da Acesso Cultura (2020) que defende que as pessoas com deficiência devem poder escolher livremente as atividades que gostariam de participar, sem restrições quanto a dias ou horários específicos. A Acesso Cultura (2020) defende também que a programação específica para pessoas com deficiência, embora importante, deve ser a exceção. Isto é, a programação destinada ao público geral deve ser inclusiva, de modo a permitir que pessoas com deficiência participem sem limitações. Neste contexto, são identificadas todas as unidades de registo que se referem ao modo como a programação inclusiva é pensada e organizada.

Tabela 6 - Categoria de análise 1 - Museu inclusivo. Produzida pela investigadora.

Comunicação inclusiva		
Tipologia	Subcategoria	Descrição
<i>Concept-driven</i>	Comunicação estratégica	Adota-se a perspectiva de Hooper-Greenhill (2000), que argumenta que os museus devem assumir o papel de "comunicadores", desenvolvendo "estratégias relacionais consistentes com os seus públicos" (Capriotti, 2013). Além disso, segue-se a abordagem de Capriotti (2010, 2013a), que sublinha a importância da comunicação estratégica como um elemento relevante na gestão diária e global de um museu. Considera-se também a contribuição de Cutlip et al. (2006), que estruturaram o processo de comunicação estratégica das RP em quatro etapas. Neste contexto, são identificadas todas as unidades de registo que aludem ao processo de comunicação estratégica adotado no museu. São também identificadas todas as unidades de registo que fazem referência às estratégias adotadas pelos museus para comunicar com os seus públicos, incluindo pessoas com deficiências sensoriais.
<i>Concept-driven</i>	Meios e formatos de comunicação inclusivos	Consideram-se os vários autores que abordam os diferentes meios e formatos de comunicação – digitais e impressos - que podem ser utilizados pelas RP nos museus para interagir com os seus públicos. Consideram-se também as contribuições do Chartered Institute of Public Relations e do Disability Confident (2015), do European Disability Forum (2023), da United Nations (2021) e do Institute for Public Relations (2023), que fornecem diretrizes para uma comunicação inclusiva em diversos meios e formatos, incluindo imagens, conteúdos escritos, artigos web, websites, redes sociais, folhetos, manifestos e outros materiais impressos, bem como podcasts e vídeos. Neste contexto, são identificadas todas as unidades de registo que fazem referência às práticas adotadas pelos museus neste domínio.

<p><i>Concept-driven</i></p>	<p>Envolvimento das pessoas com deficiência</p>	<p>Adota-se a perspetiva de Grunig (2023), para quem a inclusão social é "um processo" (p.94). O primeiro passo nesse processo é consultar os públicos relevantes. Tal consulta compromete o "fornecedor" a ouvir atentamente e a considerar cuidadosamente os comentários, ideias e recomendações dos públicos-alvo. Paralelamente, a United Nations (2021) defende a importância de consultar e envolver ativamente as pessoas com deficiência e as suas organizações representativas em todas as fases de um plano de comunicação. As pessoas com deficiência podem oferecer perspetivas singulares e contribuir de forma significativa para a riqueza e qualidade dos conteúdos e dos materiais de comunicação. É de referir, também, a proposta de Garcia et al. (2010), que defendem que os monumentos, palácios e museus devem constituir um grupo consultivo composto por pessoas com deficiência e pelas respetivas organizações representativas. Este grupo deverá assumir um papel ativo não apenas na conceção, mas também na testagem e avaliação de novas soluções acessíveis e inclusivas, acompanhando todas as fases do processo, desde o planeamento até à implementação. Neste contexto, identificam-se as unidades de registo que aludem ao contributo das pessoas com deficiência e das suas organizações representativas no desenvolvimento de conteúdos e materiais de comunicação, bem como no desenvolvimento e implementação de soluções acessíveis no museu.</p>
------------------------------	---	---

<p><i>Concept-driven</i></p>	<p>Coordenador da acessibilidade</p>	<p>De acordo com a Acesso Cultura (2020, p. 47), é fundamental existir na equipa do museu, um profissional responsável pela coordenação da acessibilidade. A Acesso Cultura (2020, pp.47-48) sublinha, ainda, que este profissional assume um conjunto de responsabilidades, entre as quais se destaca a articulação com os diferentes departamentos do museu e assegurar uma comunicação mais eficaz com o exterior - nomeadamente com outras entidades culturais, associações e o público. Acrescenta-se que esta função de comunicação pode ser desempenhada por profissionais de áreas como a comunicação, as RP ou o serviço educativo (Acesso Cultura, 2020, p.48). Neste sentido, são identificadas todas as unidades de registo que aludem à figura do profissional responsável pela coordenação da acessibilidade no museu, às funções que lhe estão atribuídas e os desafios que enfrenta na comunicação com os públicos com deficiência.</p>
------------------------------	--------------------------------------	---

Tabela 7 - Categoria de análise 2 - Comunicação inclusiva. Produzida pela investigadora.

A Comunicação Multissensorial		
Tipologia	Subcategoria	Descrição
<i>Concept-driven</i>	Recursos de comunicação multissensorial	Consideram-se os contributos de diversos autores, incluindo Classen & Howes (2006), Bacci e Pavani (2014), Morgan (2012), Levent e McRaine (2014), Harada et al. (2018), Classen (2007), Bennett (1995), Wang (2020), Feenstra (2015), Neves (2010), Mesquita e Carneiro (2016), Stevenson (2014), entre outros, que analisam o conceito de comunicação multissensorial e a forma como cada um dos cinco sentidos do corpo humano é aplicado no contexto museológico. Consideram-se também os contributos da Acesso Cultura (2020) e de Garcia et al. (2017) que recomendam o desenvolvimento e a implementação de uma variedade de recursos para promover o acesso e o envolvimento de pessoas com deficiência no contexto cultural. Entre os recursos propostos incluem-se: a audiodescrição, quer em visitas guiadas, quer pré-gravada em audioguias; a interpretação em língua gestual, que poderá ser realizada ao vivo ou através de vídeoguias previamente gravados; conteúdos audiovisuais em múltiplos idiomas acompanhados de audiodescrição, legendagem ou tradução em língua gestual; materiais táteis, como maquetes, reproduções em relevo, impressões em 2D ou 3D; materiais impressos em Braille e versões ampliadas; guias com recurso a pictogramas. Neste âmbito, procede-se à identificação de todas as unidades de registo que fazem referência à integração dos cinco sentidos na experiência museológica, à comunicação multissensorial e aos seus recursos.

<p><i>Concept-driven</i></p>	<p>A comunicação multissensorial enquanto experiência enriquecedora</p>	<p>Consideram-se as perspectivas de Mesquita e Carneiro (2016), Morgan (2012), Wang (2020) e de outros autores. Estes autores defendem que as experiências multissensoriais possibilitam um contacto mais próximo com os objetos museológicos, conectando os visitantes aos contextos, histórias, pessoas e lugares do passado. As abordagens multissensoriais contribuem para a melhoria da transferência de conhecimento e para a consolidação da memória nos museus, tornando a experiência mais envolvente e emocionalmente enriquecedora. Esta abordagem inovadora permite atrair públicos mais diversos, como sustentam autores como Harada et al. (2018), Stevenson (2014), Josélia Neves (2010) e Feenstra (2015), que defendem que a comunicação multissensorial é uma estratégia benéfica, eficaz para melhorar a experiência museológica de públicos com deficiências sensoriais. No entanto, Josélia Neves (2010) e Feenstra (2015) enfatizam que a comunicação multissensorial nos museus apresenta benefícios não apenas para visitantes com cegueira e surdez, mas também para o público em geral. Deste modo, são consideradas todas as unidades de registo que aludem a estas ideias, nomeadamente à comunicação multissensorial enquanto estratégia enriquecedora, com potencial benefício para a totalidade dos visitantes.</p>
------------------------------	---	--

Tabela 8 - Categoria de análise 3 - A comunicação multissensorial. Produzida pela investigadora.

Apêndice 5 - Breve Biografia de Rafael Bordalo Pinheiro

Rafael Augusto Prostès Bordalo Pinheiro nasceu na Rua da Fé, em Lisboa, no dia 21 de março de 1846. Era filho de Manuel Maria Bordalo Pinheiro e de D. Maria Augusta do Ó Carvalho Prostès, sendo o 4º de um total de 12 filhos, dos quais apenas 9 alcançaram a idade adulta. Entre os seus irmãos, destacam-se Feliciano Henrique, que, em 1884, fundou, em colaboração com Bordalo Pinheiro, a Fábrica de Faianças das Caldas da Rainha; Tomás, que dirigiu a Biblioteca de Instrução Profissional, instituição responsável pela publicação de livros ilustrados por Bordalo Pinheiro; Columbano, pintor que se notabilizou, sobretudo, no retrato, e que fez parte do célebre Grupo do Leão, juntamente com Bordalo Pinheiro (Museu Bordalo Pinheiro, s.d.t; Couto, s.d.); e Maria Augusta, artista conhecida em Portugal e no estrangeiro, pelo seu contributo no domínio das artes aplicadas e decorativas (Jorge, 2023; Moita, 1988/1989).

Em 1857, Bordalo Pinheiro ingressou no Liceu Central das Mercieiras, em Lisboa, onde o interesse pelo desenho e pela pintura se intensificou (Couto, s.d.; Museu Bordalo Pinheiro, s.d.t). Três anos mais tarde, em 1860, com 14 anos, ingressou no curso de Arte Dramática do Conservatório. Atuou no Teatro Garrett, situado na Travessa do Forno, nos Anjos, e também no Teatro Thalia, localizado na Costa do Castelo, em Lisboa⁴¹ (Museu Bordalo Pinheiro, s.d.t). Em 1861, matriculou-se no curso de Desenho de Arquitetura Civil na Academia de Belas-Artes de Lisboa e, no ano seguinte, no curso de Desenho Histórico. No ano de 1865, frequentou o curso de Desenho Antigo e, mais tarde, o Curso Superior de Letras, do qual viria a desistir. Em 1869, inscreveu-se no Curso de Desenho de Modelo Vivo e, em 1871, voltou a inscrever-se, pela última vez, no curso de Desenho Antigo⁴² (Museu Bordalo Pinheiro, s.d.t).

Em 1862, Bordalo Pinheiro iniciou a sua atividade profissional como Escriurário da Câmara dos Pares do Reino, posição que obteve graças à intervenção do seu pai, que desempenhou ali as funções de 1.º Oficial⁴³ (Museu Bordalo Pinheiro, s.d.t). Em 1866, casou com D. Elvira Ferreira de Almeida⁴⁴, com quem teve 3 filhos: Manuel Gustavo,

⁴¹ "considera-se um cómico falhado, o que o levava a desistir de aparecer na ribalta. Fica-lhe, porém, a paixão pelo Teatro, que o levará a colocar grande parte da sua arte e do seu génio ao serviço da cena e dos actores, muitos dos quais ajudará a imortalizar." (Moita, 1988/1989).

⁴² Tinha um temperamento irrequieto e criativo, características que dificultaram a sua adaptação aos programas escolares, que eram disciplinados e rigorosos (Moita, 1988/1989; Couto, s.d.).

⁴³ No entanto, o crescente interesse de Bordalo Pinheiro pelo desenho e pela criação artística levou-o, ao longo dos anos, a afastar-se progressivamente das suas responsabilidades como Escriurário. Este afastamento materializou-se em vários pedidos de licença sem vencimento, até que, a 19 de março de 1880, apresentou formalmente o seu pedido de exoneração do cargo, dedicando-se por completo à sua vocação artística (Museu Bordalo Pinheiro, s.d.t).

⁴⁴ A lua de mel foi passada na Quinta da Broa, na Golegã. Inspirando-se nas paisagens campestres e nos motivos rurais característicos da região do Ribatejo, desenhou alguns desenhos a carvão e aquarela (Museu Bordalo Pinheiro, s.d.t; Couto, s.d.).

nascido a 20 de junho de 1867; Augusta, nascida em abril de 1971 (falecendo precocemente); e Helena, nascida a dia 14 de janeiro de 1873 (Museu Bordalo Pinheiro, s.d.t).

Entretanto, Bordalo Pinheiro começou a colaborar, como ilustrador, em diversos jornais e revistas portuguesas. Desenhou, em 1869, o cabeçalho do jornal 'O Japonês' e a capa da 'Crónica dos Theatros'. O sucesso destes trabalhos foi tal que, no mesmo ano, foi convidado a desenhar caricaturas de figuras públicas para o jornal 'Revolução de Setembro', de João Sampaio (Museu Bordalo Pinheiro, s.d.t). Em 1870, com a publicação da gravura "O Dente da Baronesa" - alusiva à peça de teatro de Teixeira de Vasconcelos -, Bordalo Pinheiro alcançou bastante sucesso. No mesmo ano, publicou, ainda, o álbum 'O Calcanhar d'Achilles', com retratos de figuras do meio artístico português, tais como Alexandre Herculano, Bulhão Pato, Ramalho Ortigão, Manuel de Arriaga, entre outros. Desenhou, também, as primeiras folhas do jornal 'A Berlinda', com caricaturas de diversas personalidades políticas da época, com especial destaque para o Marechal Saldanha. Em outubro do mesmo ano, fundou, juntamente com Júlio César Machado e Ramalho Ortigão, 'O Binóculo. Hebdomadário de Caricaturas, Espectáculos e Literatura', dedicado ao meio teatral e operático português. O seu propósito era: "O Binóculo apresenta, não comenta. Analisa, não sintetiza. Mostra os tipos. E de tipos é o nosso século" (Museu Bordalo Pinheiro, s.d.t). No mesmo ano, iniciou, também, uma colaboração no 'Almanach de Gargalhadas', a qual se prolongou até 1876 (Museu Bordalo Pinheiro, s.d.t). Entre 1873 e 1875, colaborou, como ilustrador, em diversos jornais e revistas estrangeiras, tais como "Ilustración de Madrid", "Ilustración Española y Americana", "El Mundo Cómico", "El Bazar" e "Illustrated London News"⁴⁵ (Moita, 1988/1989; Couto, s.d.).

A 15 de maio de 1875, Bordalo Pinheiro fundou a revista 'A Lanterna Mágica', em colaboração com Guilherme de Azevedo, Guerra Junqueiro, Manuel de Macedo, Emílio Pimentel e Luís de Andrade. 'A Lanterna Mágica' foi ganhando projeção, alcançado bastante sucesso junto do público. Este êxito levou os seus responsáveis a alterar a periodicidade da revista. Assim, a partir do nº 8, 'A Lanterna Mágica' deixou de ser uma publicação semanal, passando a ser publicada diariamente. Esta revista propôs-se a tratar dos "acontecimentos da semana", do domínio político, cultural e social de Lisboa, sendo o teatro um tema recorrente. Foi em 'A Lanterna Mágica' que surgiu, pela primeira

⁴⁵ A convite de Ingram, co-proprietário do "Illustrated London News", Bordalo Pinheiro viajou para Espanha, em março de 1873, para retratar, através das suas ilustrações, a Guerra entre Carlistas e Liberais. Estas ilustrações despertaram grande interesse e, como resultado, foi convidado a mudar-se para Londres. No entanto, o forte apego a Portugal e à sua família, um dos traços mais marcantes do seu carácter, levou-o a recusar este convite (Moita, 1988/1989).

vez, a figura 'Zé Povinho'⁴⁶ (Moita, 1988/1989; Museu Bordalo Pinheiro, s.d.t). 'A Lanterna Mágica' chegou ao fim a 31 de julho de 1875, quando Bordalo Pinheiro partiu para o Rio de Janeiro, no Brasil, para trabalhar no jornal 'O Mosquito'. Devido a "desinteligências com Manuel Carneiro" (Moita, 1988/1989), Bordalo Pinheiro assumiu, em 1876, o cargo de Diretor, que ocupou até 1877 (Moita, 1988/1989; Museu Bordalo Pinheiro, s.d.t). Para além do teatro e da ópera, a religião destacou-se como um dos principais temas abordados por Bordalo Pinheiro, que assumiu posições claramente anticlericais (Museu Bordalo Pinheiro, s.d.t). Foi no jornal 'O Mosquito' que Bordalo Pinheiro publicou a personagem 'Manel Trinta Botões', um imigrante português radicado no Brasil. Foi também em 'O Mosquito' que Bordalo Pinheiro iniciou a polémica com o caricaturista brasileiro, Ângelo Agostini (Museu Bordalo Pinheiro, s.d.t).

Bordalo Pinheiro, no entanto, nunca rompeu o cordão umbilical com a Pátria, continuando a enviar trabalhos para jornais e revistas portuguesas. Em 1876, foi publicado, em Lisboa, o "Álbum de Phrases e Anexins da Língua Portuguesa", que, além de incluir ilustrações suas, incluiu também gravuras de Severini, Alberto e Pastor (Moita, 1988/1989). Fundou, ainda, em 1877, o 'Psit!...', do qual apenas foram publicados 9 números. No 'Psit!...' , Bordalo Pinheiro publicou vários (novos) símbolos, tais como o 'Psif!', o 'Botafogo', o 'Arola' e o 'Canal de Manguê'⁴⁷ (Moita, 1988/1989). A 6 de abril de 1878, Bordalo Pinheiro lançou 'O Besouro', em colaboração com vários escritores, entre os quais se destacam José do Patrocínio, Arthur Azevedo, Alfredo Camarate e Tomás Lino de Assumpção⁴⁸. Para o nº 37, Bordalo Pinheiro criou um (novo) tipo-símbolo, o 'Fagundes', para representar, de forma crítica e em tom negativo, os políticos brasileiros. (Moita, 1988/1989; Museu Bordalo Pinheiro, s.d.t.; Couto, s.d.). Após o encerramento de 'O Besouro' em 1879, Bordalo Pinheiro regressou a Portugal⁴⁹ (Moita, 1988/1989; Museu Bordalo Pinheiro, s.d.t; Couto, s.d.). No mesmo ano, fundou, em Lisboa, com Guilherme de Azevedo - conhecido artisticamente como Rialto -, o jornal humorístico 'O António Maria'⁵⁰. Entre 1880 e 1902, publicou a 1ª, a 2ª e a 3ª série do 'Álbum das

⁴⁶ Para obter mais informações sobre o primeiro 'Zé Povinho', poderá visitar o website oficial do Museu Bordalo Pinheiro, através do link: <https://museubordalopinheiro.pt/explorar/quem-e-quem/calendario-portuguez/>

⁴⁷ "A ópera, o teatro, os touros e, raras vezes, a sátira política, eram os principais temas" de o 'Psit!...' (Museu Bordalo Pinheiro, s.d.t).

⁴⁸ 'O Besouro' refletia os interesses políticos e culturais de Bordalo Pinheiro, abordando temas como o teatro, a música e a ópera (Museu Bordalo Pinheiro, s.d.t).

⁴⁹ De acordo com Moita (1988/1989), durante a sua estadia no Rio de Janeiro, Bordalo Pinheiro não só fez várias amizades, como também criou inimizadas profundas, que culminaram em ameaças à sua vida. Após uma segunda tentativa de assassinato frustrada e as insistentes súplicas da sua esposa, D. Elvira, Bordalo decidiu abandonar o Brasil.

⁵⁰ Em 1880, Ramalho Ortigão (sob o nome artístico de Ribaixo) juntou-se à redação de 'O António Maria', substituindo Guilherme de Azevedo, que se mudou para Paris. Em 1882, após a saída de

Glórias', no qual retratou algumas das figuras mais proeminentes da política, da sociedade, dos espetáculos e da literatura em Portugal, tais como Eça de Queirós, Oliveira Martins e Camilo Castelo Branco (Museu Bordalo Pinheiro, s.d.t). De acordo com Moita (1988/1989) e Couto (s.d.), é com 'O António Maria' e com o 'Álbum das Glórias' que Bordalo Pinheiro alcançou o ponto mais alto da sua carreira como crítico político e social.

Em 1881, Bordalo Pinheiro publicou a obra - 'No Lazareto de Lisboa' -, onde, com humor, relatou as peripécias que viveu no Brasil, assim como a viagem de regresso a Portugal e os dias de isolamento - devido ao risco de propagação da febre amarela - no edifício do Lazareto, em Lisboa (Museu Bordalo Pinheiro, s.d.t). Entre 1883 e 1884, Feliciano (irmão de Bordalo Pinheiro) e Felisberto José da Costa, fundaram e registaram a Fábrica Nacional de Faianças das Caldas da Rainha, convidando Bordalo Pinheiro para o cargo de Diretor Técnico e Artístico. Em 1885, deu-se início à produção das peças decorativas em cerâmica na Fábrica, as quais foram desenhadas por Bordalo Pinheiro (Museu Bordalo Pinheiro, s.d.t). Entre as figuras desenhadas nas peças em cerâmica, destacam-se o Zé Povinho, a Velha Maria, a Ama das Caldas, o Cura, o Sacristão e o Polícia⁵¹ (Couto, s.d.).

Em maio de 1885, Bordalo Pinheiro, lançou o jornal 'Pontos nos ii', que se manteve ativo até 1891, ano em que foi suspenso pelo Governo Civil de Lisboa, devido às suas críticas às condições sociais e políticas do país⁵². Renasceu, então, 'O António Maria', com uma 2ª série, a 5 de Março de 1891 (Museu Bordalo Pinheiro, s.d.t; Couto, s.d.). De acordo com Moita (1988/1989), é em 'O António Maria' e 'Pontos nos ii' que Bordalo Pinheiro começou a manifestar o seu entusiasmo pelo movimento republicano. Através de diversas caricaturas, promoveu as ideias republicanas, contribuindo, assim, para o crescimento do Partido Republicano em Portugal.

Ramalho Ortigão, foi a vez de Morais Pinto (com o pseudónimo Pan-Tarantula) integrar a equipa de 'O António Maria' (Museu Bordalo Pinheiro, s.d.t).

⁵¹ Nos Estatutos de 1883, ficou escrito que seriam produzidas "molduras para quadros e espelhos (...) peanhas, mísulas, colunas, vasos, tamboretas", aos quais veio a acrescentar placas de encaixar e peças para iluminação. Na criação destas peças, Bordalo Pinheiro inspirou-se nos elementos da natureza, e retratou-os, nas peças, de uma forma muito próxima ao real. Recorreu aos revivalismos historicistas, fazendo uso de vários estilos do passado nacional, sobretudo o "Manuelino" quinhentista e o hispano-mourisco. Utilizou, ainda, o estilo "arte nova internacional" (Museu Bordalo Pinheiro, s.d.j.).

⁵² A 11 de janeiro de 1890, o Reino Unido emitiu um ultimato a Portugal, exigindo a retirada das forças militares dos territórios entre Angola e Moçambique, então sob domínio colonial português. A decisão do governo português de ceder a esta exigência, com o apoio do rei D. Carlos, gerou uma onda de indignação nacional, desencadeando reações nacionalistas e antibritânicas, e promovendo uma contestação à Monarquia. Bordalo Pinheiro respondeu de várias formas a esta situação, quer através de ilustrações no jornal 'Pontos nos ii', quer através de peças em cerâmica, alimentando a campanha contra Inglaterra (Museu Bordalo Pinheiro, s.d.t).

A 17 de janeiro de 1900, Bordalo Pinheiro lançou o jornal 'A Paródia', em colaboração com Manuel Gustavo. Em 'A Paródia' foram publicadas uma série de caricaturas sobre a realidade política, económica e social do país⁵³. A Exposição Universal de Paris, que decorreu entre 14 de abril e 12 de novembro de 1900, foi noticiada em 'A Paródia', nomeadamente no nº 1, nº 44 e nº 48. No nº 48, datado de 12 de dezembro de 1900, Bordalo Pinheiro comentou: "Nós também fomos contemplados na lista geral dos expositores portugueses. Tivemos o grand prix da tosse nacional." (Museu Bordalo Pinheiro, s.d.t). O nº 152, datado de 10 de dezembro de 1902, foi apreendido pelas autoridades, devido à publicação de uma imagem (criada por Manuel Gustavo), na qual se criticava (de forma mordaz) a indiferença de D. Carlos I face aos problemas que assolavam o país. Bordalo Pinheiro e os seus companheiros não ficaram indiferentes a este acontecimento e, assim, no nº 153, de 17 de dezembro, publicaram uma Banda Desenhada em que abordaram, com humor, a apreensão do nº 152. Nela, escreveram: "Um acontecimento considerável veio surpreender-nos a semana passada. A Parodia fôra apprehendida. Quando houvermos conhecimento d'esta notícia, tivemos a impressão de um rapto". No entanto, a 7 de janeiro de 1903, foi publicado um suplemento de 'A Paródia', no qual, além de constar a sentença do Juiz Pina Calado, foi divulgada uma mensagem a anunciar o encerramento do jornal. 'A Paródia' fundiu-se, então, com 'A Comédia Portuguesa', até então dirigido por Julião Machado e Marcelino Mesquita. Com a fusão dos dois jornais, Marcelino Mesquita assumiu a função de Diretor Técnico, enquanto Bordalo Pinheiro ficou responsável pela Direção Artística (Museu Bordalo Pinheiro, s.d.t). De acordo com Moita (1988/1989), foi em 'A Paródia' que Bordalo Pinheiro revelou uma "fase menos combativa, mas não menos irónica".

Uma das manifestações mais expressivas da melancolia que se apoderou de Bordalo Pinheiro na última fase da sua vida é o célebre autorretrato intitulado "Vinte Anos Depois", onde o artista mostra-se em dois momentos distintos, representando simbolicamente os dois polos da sua existência. De um lado, é possível observar o jovem Bordalo Pinheiro, enérgico e pleno de vitalidade aos 30 anos; do outro, Bordalo mais velho, marcado pelo peso da idade e pela fadiga, que, curvado, se dirige à sua versão mais jovem com um gesto simples, mas profundamente simbólico: "Dás-me lume?". Este duplo autorretrato foi publicado na 'Paródia Comédia Portuguesa' (Moita, 1988/1989; Museu Bordalo Pinheiro, s.d.t).

⁵³ As caricaturas: "Política – A Grande Porca", "Finança – O Grande Cão", "Economia – A Galinha Choca", "Retórica Parlamentar – O Grande Papagaio", "Progresso Nacional – o Grande Caranguejo", "Burocracia – a Grande Rata", "Beneficência – o Grande Cágado", "Instrução Pública – a Grande Burra" e a "Reação – a Grande Toupeira".

Embora tenha dedicado grande parte do seu tempo à criação de jornais e revistas humorísticas, bem como à colaboração em outros projetos jornalísticos para os quais era frequentemente convidado, Bordalo Pinheiro produziu dezenas de peças de cerâmica decorativa, muitas das quais destinadas a Palácios, como o Palácio do Marquês da Foz, o Palacete Lambertini, o Palácio Mendonça (Museu Bordalo Pinheiro, s.d.t). Ilustrou também vários livros e almanaques. Com Emílio Pimentel, ilustrou a obra 'Pepita Jimenez', de Juan Valera, com tradução portuguesa de Luciano Cordeiro; ilustrou o 'Almanach das Artes e Letras', o 'Almanach de Caricaturas' e o 'Almanach das Senhoras'; ilustrou também o 'Impressões de Theatro', de Joaquim Madureira, e 'O Festival', de João de Deus e Teófilo Braga (Moita, 1988/1989; Museu Bordalo Pinheiro, s.d.t). Bordalo Pinheiro participou também em várias exposições de grande dimensão e prestígio, tanto em Portugal como no estrangeiro. Entre elas, destacam-se: as Exposições da Sociedade Promotora de Bellas Artes em Portugal, em que participou entre 1868 e 1874, expondo obras em aguarela e desenhos humoristas de figuras populares de Lisboa. Entre as suas obras mais notáveis, destacam-se a 'Vendedeira de Queijos', o 'Vendedor de Fósforos' e o 'Vendedor de Palitos e Rocas'; a Exposição Internacional de Madrid, onde recebeu uma 'Menção Honrosa' pelo desenho "As Bodas na Aldeia"; a 1º Exposição Pública da Cerâmica da Fábrica de Faianças das Caldas da Rainha, que foi realizada no edifício do Comércio de Portugal, em Lisboa; a Exposição Industrial Portuguesa, na qual a Fábrica de Faianças das Caldas da Rainha recebeu uma medalha de ouro; a Exposição Universal de Paris de 1889, para a qual foi convidado a decorar o Pavilhão de Portugal, tendo sido posteriormente premiado com uma medalha de ouro e uma medalha de prata. Em reconhecimento pela sua contribuição, foi, ainda, condecorado, no dia 30 de outubro do mesmo ano, com o Grau de Cavaleiro da Legião de Honra pelo governo francês; Exposição Colombiana de Madrid, para a qual também foi convidado a expor as suas peças de cerâmica. Nesta exposição, a Fábrica de Faianças das Caldas da Rainha conquistou uma medalha de ouro; a Exposição Universal de Antuérpia, em que a Fábrica de Faianças foi distinguida com uma medalha de ouro; a Exposição Universal de St. Louis, nos Estados Unidos da América, que decorreu entre 30 de abril e 1 de dezembro de 1904, a última Exposição em que Bordalo Pinheiro participou, tendo conquistado uma medalha para a Fábrica de Faianças das Caldas da Rainha (Moita, 1988/1989; Museu Bordalo Pinheiro, s.d.t; Couto, s.d.). Para além das medalhas e condecorações já mencionadas, Bordalo Pinheiro recebeu várias homenagens ao longo da sua vida. No dia 9 de agosto de 1889, foi homenageado durante um evento organizado por Rodolphe Salis, fundador e proprietário do cabaré 'Chat Noir', em Paris. Mais tarde, a 6 de junho de 1903, a

Associação dos Jornalistas de Lisboa realizou uma cerimónia no Teatro D. Maria II, em Lisboa, para também o homenagear⁵⁴ (Museu Bordalo Pinheiro, s.d.t).

Bordalo Pinheiro faleceu na sua residência, situada na Rua da Abegoaria - atualmente, Largo Rafael Bordalo Pinheiro -, a 23 de janeiro de 1905, com 58 anos. No nº 107 do jornal 'Paródia Comédia Portuguesa', publicado a 10 de fevereiro de 1905, foi realizada uma homenagem ao artista. A 23 de fevereiro, foi publicado o nº 108. No cabeçalho, foi identificado o novo título do jornal - 'Paródia' -, e logo abaixo, a inscrição - "Fundador Rafael Bordalo Pinheiro". Neste número, Manuel Gustavo escreveu: "neste momento a nossa função não é 'continuar', o que seria responsabilidade demasiada, mas 'começar', o que já é responsabilidade bastante grande". O nome de Manuel Gustavo, na qualidade de Diretor, apareceu apenas no nº 188, publicado a 20 de abril de 1907 (Museu Bordalo Pinheiro, s.d.t).

⁵⁴ No nº 22 de a 'Paródia Comédia Portuguesa', de 11 de junho, foi publicado um artigo relacionado com esta cerimónia. "Quem no sabbado se encontrasse na sala do teatro de D. Maria, onde se realisou o banquete d'honra a Raphael Bordallo Pinheiro, poderia assistir a um espectáculo inédito em Portugal, qual foi o de se encontrarem reunidos no mesmo recinto, á mesma mesa, coude à coude, e sabe Deus se os cotovellos se sentiam n'esse regosijante apertão! – os individuos das opiniões mais opostas e mais em guerra entre si. [...]" (Museu Bordalo Pinheiro, s.d.t).

Apêndice 6 - Breve Biografia de Calouste Sarkis Gulbenkian

Calouste Sarkis Gulbenkian nasceu em 1869 na cidade de Scutari (atualmente Üsküdar, Istambul, Turquia). Frequentou a Escola Arménia Aramyan-Uncuyan, em Kadiköy, onde permaneceu até 1883 (Biblioteca de Arte Gulbenkian, 2024; Conlin, 2019, p.25) e, posteriormente, a École de Commerce, em Marselha, até 1884 (Biblioteca de Arte Gulbenkian, 2024; Conlin, 2019, p.41). Entre 1884 e 1887, frequentou o King's College School, em Londres, onde estudou Teologia, Inglês, Literatura, História, Matemática, Engenharia, Geologia e Física Prática⁵⁵ (Biblioteca de Arte Gulbenkian, 2024; Conlin, 2019, pp.42-49). Após concluir os seus estudos, Gulbenkian detinha conhecimentos que lhe permitiam explicar os princípios fundamentais que sustentavam, por exemplo, o funcionamento de uma turbina a vapor ou de um gerador elétrico (Conlin, 2019, p.49). No entanto, conforme observa Conlin (2019), foi o domínio da finança, e não o da ciência, que viria a capturar o seu interesse (p.49).

Tendo concluído a sua formação em Londres, supõe-se que Gulbenkian tenha passado o Natal de 1887 em Istambul, permanecendo lá até setembro de 1888. Por sugestão de seu pai, viajou de Istambul para Baku, nas margens do Mar Cáspio, para conhecer os campos e as estações de tratamento de petróleo (Biblioteca de Arte Gulbenkian, 2024; Conlin, 2019, p. 49). No ano seguinte, em 1889, durante uma visita à cidade de Bursa, Gulbenkian conheceu Nevarte Essayan, filha de Ohannes e Virginie Essayan, por quem se apaixonou. Casaram a 12 de junho de 1892, no Hotel Métropole, em Londres (Conlin, 2019, pp. 64-69) e tiveram dois filhos: Nubar, nascido em 1896, e Rita, nascida em 1900⁵⁶ (Fundação Calouste Gulbenkian, s.d.e).

Existem poucos dados sobre a vida de Gulbenkian entre 1892 e 1897. No entanto, alguns dados são conhecidos. Em 1892, fundou a C&G Gulbenkian, uma filial da empresa familiar, em Londres⁵⁷ (Biblioteca de Arte Gulbenkian, 2024; Conlin, 2019, p. 70). Embora a data exata não seja conhecida, escreveu o relatório "Études sur les Sources de Naphte de Mendéli Vilaye de Bagdad", sobre as jazidas petrolíferas da Mesopotâmia⁵⁸ (Biblioteca de Arte Gulbenkian, 2024). Em 1894, o seu pai, Sarkis,

⁵⁵ Gulbenkian recebeu vários prêmios e certificados de mérito, tais como o Prémio de Física do 2.º ano, os Prémios de Física e de Física Prática do 3.º ano, o Certificado de Mérito no 2.º ano de Mecânica e Artes de Construção, e o Certificado de Distinção em Física no 3.º ano (Biblioteca de Arte Gulbenkian, 2024; Conlin, 2019, pp.42-49).

⁵⁶ Rita viria a tornar-se mãe do único neto de Gulbenkian, Mikaël (Biblioteca de Arte Gulbenkian, 2024).

⁵⁷ A C&G Gulbenkian importava diversos produtos do Império Otomano, tais como ópio, algodão, lã, tapetes, entre outros (Conlin, 2019, p.70).

⁵⁸ Antes da elaboração deste relatório, Calouste já havia publicado, em 1891, um diário referente à sua viagem à Transcaucásia, com o título "La Transcaucasie et la Péninsule d'Apchéron". O capítulo intitulado "La fabrication des tapis en Orient", que se debruça sobre o

faleceu⁵⁹ (Biblioteca de Arte Gulbenkian, 2024), e, em 1896, Gulbenkian, a sua esposa, Nevarte e, o seu filho, Nubar, deixaram Istambul - devido à intensificação da violência contra a comunidade arménia no Império Otomano -, indo viver para Londres (Conlin, 2019, pp.72-73; Biblioteca de Arte Gulbenkian, 2024).

Gulbenkian tornou-se um profundo conhecedor de "Corporate Finance" e, enquanto investidor e figura de destaque no setor petrolífero - ainda que rejeitasse o rótulo de "homem do petróleo" -, realizou investimentos significativos e altamente bem-sucedidos (Fundação Calouste Gulbenkian, s.d.e). Em 1898, Gulbenkian e Frederick Lane⁶⁰ fundaram a Sociedade Industrial e Mineira Russa⁶¹ e, no mesmo ano, registaram, em Londres, a Schibaieff Oil Company, com um capital social de 750.000 libras⁶² (Conlin, 2019, pp.84-87; Biblioteca de Arte Gulbenkian, 2024). Na Schibaieff Oil Company, Gulbenkian era o "subscritor das acções" (Conlin, 2019, p.87). Entre 1902 e 1908, Gulbenkian conseguiu persuadir vários magnatas do petróleo do Cáucaso das vantagens de formar "joint ventures" com importantes entidades financeiras e industriais europeias, como os Rothschild Frères, o Deutsche Bank e a Royal Dutch (Conlin, 2019, pp.92-101).

Entretanto, a Royal Dutch e a Shell fundiram-se, dando origem à Royal Dutch-Shell, que se expandiu de forma agressiva, ao adquirir empresas petrolíferas em diversas regiões do mundo, incluindo os Estados Unidos, o México, a Venezuela, a Roménia e o Cáucaso. Gulbenkian desempenhou um papel fundamental nesse processo, negociando diretamente muitos dos contratos de aquisição. As comissões de 1% ou 2%, atribuídas a título de remuneração, revelaram-se extremamente lucrativas, sobretudo à medida que o petróleo deixava de ser utilizado exclusivamente para fins de iluminação, passando a constituir matéria-prima necessária para a produção de gasolina, gasóleo,

tema dos tapetes orientais, foi publicado na Revue archéologique durante os meses de março e abril de 1891. O capítulo "La Péninsule d'Apchéron et le Pétrole Russe", sobre o petróleo, foi publicado pela Rêvue des deux mondes no dia 15 de maio de 1891 (Biblioteca de Arte Gulbenkian, 2024).

⁵⁹ À data da sua morte, o valor do seu património era de quase 75.000 liras turcas. 8.000 liras turcas foram atribuídas à sua viúva, enquanto o restante foi igualmente distribuído pelos três filhos - Calouste, Karnig e Vahan. O património incluía imóveis, estabelecimentos comerciais e propriedades diversas em toda a cidade de Istambul (Conlin, 2019, pp.70-71; Biblioteca de Arte Gulbenkian, 2024).

⁶⁰ Gulbenkian tornou-se amigo de Frederick Lane, sobre quem afirmou: "deve ser considerado, sem qualquer dúvida, o pai da indústria britânica do petróleo" (Biblioteca de Arte Gulbenkian, 2024).

⁶¹ A Sociedade Industrial e Mineira Russa não era, de facto, muito diferente dos "Institutos" e "Consórcios" desenvolvidos por Horatio Bottomley e Whitaker Wright, com os quais Gulbenkian colaborara anos antes. O "objetivo era o mesmo: adquirir empresas mineiras muito pequenas, mas prometedoras [...] e injetar nelas novo capital para desenvolvimento" (Conlin, 2019, p.86).

⁶² A Schibaieff Oil Company produzia querosene, lubrificantes e outros produtos, atividade até então restrita às refinarias Nobel (Biblioteca de Arte Gulbenkian, 2024).

ceras, lubrificantes e compostos químicos, como o tolueno (Fundação Calouste Gulbenkian, s.d.e).

Entretanto, em 1901, Gulbenkian decidiu afastar-se definitivamente dos negócios familiares, incluindo as empresas Sarkis Gulbenkian Fils (em Istambul), Gulbenk and Selian (em Marselha) e C. & G. Gulbenkian (em Londres) (Conlin, 2019, p.90). Na London Gazette foram publicados "anúncios" sobre este acontecimento. Estes "anúncios" foram, inclusive, enviados às sociedades com as quais as referidas empresas mantinham relações comerciais, informando que Gulbenkian deixaria de ser responsável pelas suas dívidas, e vice-versa (Conlin, 2019, p.90).

"Munido de uma vasta cultura oriental e ocidental, [...] Gulbenkian converteu o seu estatuto de imigrante – que para muitos seria uma desvantagem – numa vantagem [...]" (Fundação Calouste Gulbenkian, s.d.e). "Como verdadeiro internacionalista, tinha a capacidade de olhar para as questões económicas e diplomáticas de várias perspetivas em simultâneo - e de se apresentar como um corretor honesto, sem preconceitos e sem ligações a nenhum império, estado-nação ou empresa" (Fundação Calouste Gulbenkian, s.d.e). Gulbenkian residia em Londres há cinco anos quando, em novembro de 1902, se "candidatou à naturalização como cidadão britânico" (Conlin, 2019, p.91). O seu pedido foi aceite e, em dezembro do mesmo ano, tornou-se, assim, "súbdito britânico" (Conlin, 2019, p.91). Dez anos depois, tornou-se claro que Londres, e não Istambul, era a cidade onde ele "procurava brilhar" (Conlin, 2019, p.91).

Durante décadas, as potências europeias ocidentais, nomeadamente a França, haviam explorado a sua posição como credores da dívida otomana para impor a sua vontade ao que era denominado o "homem doente da Europa"⁶³ (Fundação Calouste Gulbenkian, s.d.e). No entanto, para além da França, outras potências europeias tinham os olhos voltados para diferentes regiões do império otomano, e muitas já se haviam apropriado de grandes partes do seu território (Fundação Calouste Gulbenkian, s.d.e). Quando Gulbenkian fundou o Banco Nacional da Turquia (BNT), em abril de 1909, o seu intuito era consolidar uma fonte de financiamento verdadeiramente internacional que promovesse a modernização do império otomano, incluindo o desenvolvimento das suas reservas petrolíferas e a exploração de outros recursos naturais⁶⁴ (Biblioteca de

⁶³ A expressão "o (homem) doente da Europa" ("the sick man of Europe") foi originalmente utilizada pelo czar Nicolau I da Rússia, por volta de meados do século XIX, para descrever o Império Otomano, que se encontrava em decadência e aparentava estar a caminho do colapso (Abreu, 2020).

⁶⁴ Em dezembro do mesmo ano, Gulbenkian foi nomeado para Conselheiro Financeiro e Comercial da Embaixada Imperial da Turquia em Londres (Conlin, 2019, pp.109-118; Biblioteca de Arte Gulbenkian, 2024). No ano seguinte, em 1910, foi nomeado para Conselheiro Financeiro na Embaixada Imperial da Turquia em Paris (Biblioteca de Arte Gulbenkian, 2024) e, nove anos

Arte Gulbenkian, 2024; Conlin, 2019, pp.109-118; Fundação Calouste Gulbenkian, s.d.e).

Para explorar as reservas dos riquíssimos campos petrolíferos iraquianos, o BNT fundou, em 1912, a Turkish Petroleum Company (TPC), com um capital de 80.000 libras (Conlin, 2019, pp. 109-124; Biblioteca de Arte Gulbenkian, 2024). A TPC era detida pela Royal Dutch-Shell (25%), pelo BNT (35%), pelo Deutsche Bank (25%) e por Gulbenkian (15%) (Fundação Calouste Gulbenkian, s.d.e). No entanto, a 19 de março de 1914, os governos britânico e alemão celebraram um acordo que destinou 50% das ações da TPC para a Britânica Anglo-Persian (atual BP), sendo os restantes 50% repartidos entre a Anglo-Saxon e o Deutsche Bank. A Anglo-Persian e a Anglo-Saxon atribuíram, em partes iguais, uma "beneficiary" de 5% a Gulbenkian (Conlin, 2019, p. 123; Biblioteca de Arte Gulbenkian, 2024). Em julho de 1914, eclodiu a Primeira Guerra Mundial, levando à suspensão das atividades da TPC (Fundação Calouste Gulbenkian, s.d.e).

Entre 1914 e 1918, durante a Primeira Guerra Mundial, Gulbenkian viveu entre Londres, Paris e Biarritz dispondo, para esse efeito, de um documento oficial que lhe permitia circular livremente por esses territórios (Biblioteca de Arte Gulbenkian, 2024).

Em abril de 1916, Gulbenkian escreveu aquele que é considerado o seu primeiro testamento, no qual nomeou como principais beneficiários o Hospital Surp Pirgiç - em Constantinopla -, e os órfãos arménios. Há ainda montantes destinados à Sociedade de Prevenção da Crueldade contra Animais e à Sociedade Real de Horticultura. Quanto ao capital remanescente, este seria destinado ao seu filho, Nubar, sob determinadas condições, enquanto a parte restante seria doada ao Palácio de Versalhes (Biblioteca de Arte Gulbenkian, 2024). Em julho do mesmo ano, Gulbenkian foi detido por um curto período pelas autoridades britânicas durante uma travessia do Canal da Mancha, sob a suspeita de continuar a exercer funções como consultor financeiro do império otomano, "o inimigo" (Biblioteca de Arte Gulbenkian, 2024; Conlin, 2019, p.142). Em 1917, foi nomeado agente da Royal Dutch-Shell junto do governo francês, para facilitar o acesso deste ao mercado petrolífero. Manteve uma relação próxima com o senador Henri Bérenger, figura central na definição da política petrolífera francesa (Biblioteca de Arte Gulbenkian, 2024).

O fim da Primeira Guerra Mundial levou à dissolução definitiva do império otomano e à transferência da quota de 25% detida pelo Deutsche Bank na TPC para a Compagnie

depois, em 1919, foi nomeado para Conselheiro Financeiro na Embaixada Persa (depois, Iraniana), em Londres (Fundação Calouste Gulbenkian, s.d.e).

Française des Pétroles (CFP)⁶⁵. No entanto, Gulbenkian manteve-se como consultor das autoridades francesas e da CFP, prestando apoio na definição de estratégias para enfrentar os seus concorrentes no setor (Fundação Calouste Gulbenkian, s.d.e).

Em 1919, Gulbenkian foi o principal responsável pelo processo de aquisição, através da Royal Dutch-Shell, da Companhia Mexicana de Petroleo El Aguila SA., recebendo 20% pelo seu trabalho (Conlin, 2019, pp.156-160; Biblioteca de Arte Gulbenkian, 2024). No mesmo ano, fundou, em Londres, uma "private company" – a "Gulbenkian Limited" –, através da qual passou a coordenar todos os seus negócios e investimentos. Gulbenkian fundou, ainda, outras "private companies" em várias cidades, embora a gestão de todas elas estivesse centralizada no seu escritório em Londres (Biblioteca de Arte Gulbenkian, 2024).

Em 1922, Gulbenkian adquiriu o palacete do Nº 51 da Avenue d'Iéna, em Paris. (Biblioteca de Arte Gulbenkian, 2024). No ano seguinte, em 1923, Gulbenkian escreveu um novo testamento - revogando o de 1916 -, no qual contemplou, em partes iguais, a sua esposa, Nevarte, e os seus filhos, Nubar e Rita. Contemplou, ainda, alguns familiares, o seu antigo tutor, Setrak Devgantz, além de amigos, funcionários e algumas entidades (Biblioteca de Arte Gulbenkian, 2024).

A 31 de julho de 1928, foi assinado o "Acordo da Linha Vermelha", que pôs fim ao sistema quase imperial pré-1914, no qual a Grã-Bretanha, a França, a Rússia e outras potências dividiam o médio oriente em "esferas de interesse"⁶⁶ (Fundação Calouste Gulbenkian, s.d.e). Este pacto reconfigurou a estrutura acionista da TPC, introduzindo novos atores no processo de exploração da companhia. Gulbenkian teve um papel fundamental nesse processo, atuando como intermediário entre os diversos parceiros. Mostrou-se favorável à entrada de um consórcio americano e à entrada da França no setor petrolífero, através da CFP. Este reajuste foi facilitado pela saída forçada da Alemanha da TPC, após a guerra. Com a reconfiguração da estrutura acionista da TPC, a D'Arcy Petroleum Company (antiga Anglo-Persian), a Anglo-Saxon Petroleum Company⁶⁷, a CFP e a Near East Development Corporation (NEDC) passaram a deter, cada uma, 23,75% das ações da empresa. Gulbenkian, por sua vez, manteve uma participação de 5%, através da sua empresa Participations & Investments (Biblioteca de Arte Gulbenkian, 2024).

⁶⁵ Atualmente é conhecida como Total (Biblioteca de Arte Gulbenkian, 2024).

⁶⁶ O nome "Linha Vermelha" refere-se a uma linha desenhada num mapa do médio oriente que delimitava a área de exploração da TPC, sem que os acionistas da companhia competissem entre si dentro dessa área (Biblioteca de Arte Gulbenkian, 2024).

⁶⁷ O seu nome foi, posteriormente, alterado para Shell (Biblioteca de Arte Gulbenkian, 2024).

Entretanto, em 1929, a TPC alterou o seu nome para Iraq Petroleum Company, mantendo a sua sede em Londres. Isto ocorreu devido ao desmembramento do império otomano e à criação do reino do Iraque em 1921, o que levou a que os seus principais interesses estivessem, na altura, já concentrados no Iraque (Fundação Calouste Gulbenkian, s.d.e).

Entre 1930 e 1932, Gulbenkian foi Presidente da União Geral de Benevolência Arménia, uma associação filantrópica fundada no Cairo, em 1906, por Nubar Boghos Pasha, seu parente por afinidade (Biblioteca de Arte Gulbenkian, 2024). Como afirmou Gulbenkian, "É dever de todos os arménios com coração e sentimentos orientar a sua acção para a defesa desta União", comprometendo-se a solucionar a "pobreza e a miséria de dezenas de milhares que estão famintos e desalojados" (Conlin, 2019, p.241). Em abril de 1935, Gulbenkian perdeu a sua nacionalidade turca. A decisão foi publicada no "Journal Officiel" da Turquia, tendo sido estipulado que, a partir dessa data e no prazo de um ano, deveria dispor das suas propriedades e resolver todos os assuntos pendentes relacionados com o seu património no país. Dentre os bens que possuía, bem como aqueles que pertenciam à sua esposa, Nevarte, apenas o edifício de Selamet Han, em Istambul, permaneceu sob a sua posse (Biblioteca de Arte Gulbenkian, 2024).

A 10 de maio de 1940, o exército alemão ocupou Paris, e, dois dias depois, o governo francês estabeleceu-se em Vichy. A 15 de julho, acompanhando o corpo diplomático do Irão, Gulbenkian e a sua esposa, Nevarte, deslocaram-se para Vichy, onde se instalaram no Hôtel du Parc et Majestic, permanecendo lá até 1942 (Biblioteca de Arte Gulbenkian, 2024).

Em 1940, Gulbenkian foi declarado "inimigo técnico" pelo governo britânico - devido à sua deslocação para Vichy -, o que levou ao arresto dos seus bens pelo British Custodian of Enemy Property. Além disso, a sua participação na Iraq Petroleum Company foi confiscada, resultando na suspensão do pagamento da percentagem de 5% a que tinha direito. Foi apenas em julho de 1943 que o British Custodian restituiu a Gulbenkian o controlo da Participations & Investments. No entanto, a sua classificação como "inimigo técnico" só foi oficialmente revogada a 15 de março de 1945 (Biblioteca de Arte Gulbenkian, 2024).

Com a rutura diplomática entre os governos do Irão e da França, Gulbenkian foi aconselhado a abandonar Vichy. Apesar de ter ponderado viajar para a Suíça, não conseguiu concretizar essa intenção, uma vez que o pedido de visto foi-lhe negado. Os Estados Unidos da América surgiram como uma alternativa, e Gulbenkian decidiu,

então, rumar a Portugal, fazendo o percurso via Madrid, no seu Rolls Royce. Gulbenkian chegou a Lisboa em abril de 1942, e, para se instalar temporariamente, optou pelo Hotel Aviz (Biblioteca de Arte Gulbenkian, 2024; Conlin, 2019, p.290). Todavia, o Ministério dos Negócios Estrangeiros dos Estados Unidos recusou-lhe a emissão de um visto diplomático. Perante esta recusa, Gulbenkian dirigiu-se às autoridades britânicas, solicitando um visto que lhe possibilitasse viajar para Nova Iorque. Em Londres, o Gabinete de Controlo de Passaportes remeteu o seu pedido ao Ministério da Guerra Económica, o qual manifestou interesse em apurar as razões subjacentes à sua deslocação aos Estados Unidos (Conlin, 2019, pp.290–291). Embora as autoridades britânicas tenham autorizado Gulbenkian a embarcar, a viagem acabou por não se concretizar. Em 1943, obteve vistos para si, para a sua esposa, Nevarte, para a sua secretária, Isabel Theis, e para dois colaboradores franceses. No entanto, optou por não viajar (Conlin, 2019, p. 291), "talvez por se ter apercebido do plano para o entregar à autoridade tributária daquele país e das conversações em curso entre as autoridades britânicas e americanas com o propósito de controlar conjuntamente os seus movimentos financeiros internacionais." (Biblioteca de Arte Gulbenkian, 2024). Como resultado, Gulbenkian optou por permanecer em Lisboa (Biblioteca de Arte Gulbenkian, 2024).

No final de 1942, na procura de apoio jurídico em Portugal, Gulbenkian estabeleceu contacto, por intermédio de círculos diplomáticos, com José de Azeredo Perdigão, um prestigiado advogado português, marcando o início de uma relação de colaboração e confiança mútua entre ambos⁶⁸.

Em maio de 1950, foi redigido um novo testamento no qual Gulbenkian estabeleceu diversas dotações financeiras para a sua família e colaboradores mais próximos. Expressou, ainda, a vontade de que a sua fortuna permanecesse indivisa durante um período mínimo de cinco anos, sob a administração de sua esposa, Nevarte, dos seus filhos, Nubar e Rita, do seu genro, Kevork, do seu neto, Mikhael e do Chase Bank. Estabelece ainda que o destino a dar às suas obras de arte pelos executores testamentários passasse ou por uma distribuição da coleção por diferentes museus, que trabalhariam em articulação, ou pela sua concentração numa instituição central a criar, conhecida por Fundação Calouste Gulbenkian, que deveria ter fins educativos, artísticos

⁶⁸ No dia 17 de dezembro de 1942, Gulbenkian foi detido durante quatro horas pela Polícia de Vigilância e Defesa do Estado (PVDE), após se recusar ceder alguns dos quartos que tinha reservado no Hotel Aviz, os quais haviam sido requisitados pelo governo português para uma missão diplomática espanhola. Este incidente nunca foi mencionado por ninguém até que a revista "Life" o divulgasse em 1950 (Biblioteca de Arte Gulbenkian, 2024; Conlin, 2019, pp.299-300).

e de beneficência. O desejo de Gulbenkian era também de garantir o envolvimento do seu “excelente amigo”, Cyril Radcliffe. José de Azeredo Perdigão esteve também envolvido na redação deste testamento (Conlin, 2019, pp.346-348).

A paixão de Gulbenkian pela arte manifestou-se desde cedo, refletindo as suas raízes familiares na Capadócia – uma região marcada pela grandiosidade do encontro entre religiões e expressões artísticas – e em Constantinopla, uma autêntica encruzilhada de civilizações, que foi sucessivamente capital do Império Romano, Bizantino e, posteriormente, do Império Otomano. Dessa paixão pelo mundo artístico resultou a construção de uma coleção prodigiosa de obras de arte, motivada, acima de tudo, pela procura da beleza intrínseca dos objetos. Esta coleção, reunida ao longo da sua vida, foi moldada pelas suas viagens e guiada pelo seu apurado gosto pessoal, muitas vezes após longas e complexas negociações com alguns dos mais renomados peritos e comerciantes especializados. O resultado é um acervo de carácter profundamente eclético e único no panorama mundial, abrangendo desde a Antiguidade até ao início do século XX, com peças provenientes de civilizações como o Antigo Egito, a Grécia Antiga, a Babilónia, a Arménia, a Pérsia, a Europa e o Japão. Fervoroso defensor do bem-estar das suas “filhas”, como costumava chamar às suas coleções, Gulbenkian demonstrava igualmente uma generosidade notável ao emprestar e doar itens da sua vasta coleção a museus públicos por todo o mundo. Em 1936, confiou a sua coleção de antiguidades egípcias ao British Museum e as suas obras mais valiosas à National Gallery. Posteriormente, em 1948 e 1950, essas mesmas obras foram transferidas para a National Gallery of Art, em Washington. Entre 1948 e 1952, visitou regularmente o Museu Nacional de Arte Antiga, em Lisboa, mantendo conversas sobre arte com o seu Diretor, João Couto, com quem se tornou amigo. Gulbenkian doou 18 peças a este museu (Biblioteca de Arte Gulbenkian, 2024).

Após vários documentos preparatórios e alterações a cláusulas que foram sendo realizadas ao seu testamento entre 1950 e 1952, Gulbenkian redigiu o seu último testamento a 18 de junho de 1953. Nele, estabeleceu a sua vontade em relação ao futuro do seu património e à preservação da sua fortuna, a qual pretendia consagrar ao futuro da humanidade. Sobre este tema, manteve longas conversas com pessoas de sua confiança, como o seu amigo, Cyril Radcliffe, e com Alexis Leger, John Walker, Kenneth Clark, e outros. Neste testamento encontram-se as disposições que deram origem à constituição da Fundação Calouste Gulbenkian, tendo como bases essenciais os seguintes princípios: ser portuguesa, perpétua e com sede em Lisboa, podendo ter as dependências julgadas necessárias em qualquer lugar do mundo; os seus fins serem caritativos, artísticos, educativos e científicos; a sua ação poder exercer-se não só em

Portugal, mas em qualquer parte do mundo que os trustees considerassem conveniente. Gulbenkian nomeou como trustees da Fundação, Radcliffe, José de Azeredo Perdigão e o seu genro, Kevork. Devido à impossibilidade temporária de Radcliffe assumir o cargo em virtude das suas funções oficiais no Reino Unido, o testamento estipulou que, assim que esse impedimento fosse resolvido, ele deveria assumir as funções de trustee e a direção superior da administração da herança e da Fundação (Biblioteca de Arte Gulbenkian, 2024).

"O petróleo, a arte, e o destino da sua fortuna já não pareciam reter a atenção de Gulbenkian. Porém, a natureza fazia-o. Gulbenkian adorava visitar o jardim zoológico de Lisboa, tal como fazia em Londres e Paris anos antes. Enviou um cheque para o diretor. «Compraz-me mostrar desta maneira a minha viva simpatia», escreveu, «pois os animais que habitam o seu belo jardim são também, de certa maneira, meus anfitriões». Todas as manhãs, quando os médicos dele o consentiam, um automóvel levava-o para Montes Claros, no Monsanto, três quilómetros a oeste, que Salazar transformava em parque. Aí, Gulbenkian dava o seu passeio solitário, após o que se sentava abaixo da «minha árvore», tendo primeiro descalçado sapatos e meias para poder sentir a relva debaixo dos pés." (Conlin, 2019, p.354). "«Sou uma espécie de sonhador», dissera uma vez Gulbenkian a Deterding, «e na minha primeira juventude estive destinado ao estudo da astronomia, mas o meu pai meteu-me nos negócios [...]. Todavia, ainda gosto de contemplar horizontes e ideias distantes.» Nas noites cálidas, regressava a Montes Claros acompanhada por Isabelle Theis, duas cadeiras e um telescópio. Enquanto o motorista aguardava pacientemente no carro, Gulbenkian e Theis sentavam-se silenciosamente juntos a olhar para as estrelas." (Conlin, 2019, pp.354-355).

Gulbenkian faleceu no dia 20 de julho de 1955, no Hotel Aviz, com 86 anos (Conlin, 2019, p.355; Biblioteca de Arte Gulbenkian, 2024). Após a sua morte, iniciaram-se intensas conversas entre os governos português e francês para viabilizar a saída do espólio de arte de Gulbenkian de França e estabelecer a base legal para a criação da Fundação. O espólio foi transferido para Portugal em 1960, tendo estado exposto no Palácio do Marquês de Pombal, em Oeiras, entre 1965 e 1969, ano em que foi inaugurado o complexo arquitetónico da Fundação Calouste Gulbenkian (Fundação Calouste Gulbenkian, s.d.). Divergências quanto ao papel e à influência da atividade internacional da Fundação, bem como à composição do seu Conselho de Administração - particularmente no que respeita à hegemonia de membros de nacionalidade portuguesa -, aliadas ao receio de uma possível interferência do governo nos assuntos da Fundação, levaram Radcliffe a apresentar uma renúncia ao cargo. Em consequência,

a presidência da Fundação foi assumida por José de Azeredo Perdigão (Fundação Calouste Gulbenkian, s.d.e).

Apêndice 7 – Programação inclusiva do Museu Bordalo Pinheiro.

Nome	Público-alvo	Descrição	Realização	Preço
Olá, Bordado, Quem Sou Eu?	Pré-escolar; 1º, 2º e 3º Ciclos; Ensino Secundário; Ensino Profissional; Ensino Superior; Professores; Crianças; Jovens; Adultos (Museu Bordalo Pinheiro, s.d.u).	Partindo das autorrepresentações de Bordalo Pinheiro, os participantes são desafiados a fazer um exercício de autodescoberta (Museu Bordalo Pinheiro, s.d.u).	Terça a sexta-feira, entre as 10h00 e as 18h00, com marcação prévia (Museu Bordalo Pinheiro, s.d.u).	2.00€ para o público escolar durante o período letivo. 4.00€ para o público geral (Museu Bordalo Pinheiro, s.d.u).
Bordalo ao Natural	Pré-escolar; 1º, 2º e 3º Ciclos; Ensino Secundário; Ensino Profissional; Ensino Superior; Professores; Crianças; Jovens; Adultos (Museu Bordalo Pinheiro, s.d.v).	Programa sobre a natureza na obra artística de Bordalo Pinheiro. Os participantes são convidados a refletir sobre a importância da natureza nas suas vidas (Museu Bordalo Pinheiro, s.d.v).	Terça a sexta-feira, entre as 10h00 e as 18h00, com marcação prévia (Museu Bordalo Pinheiro, s.d.v).	2.00€ para o público escolar durante o período letivo. 4.00€ para o público geral (Museu Bordalo Pinheiro, s.d.v).
Percurso Sensorial: Bordalo em Sentido	Pré-escolar; 1º, 2º e 3º Ciclos; Ensino Secundário; Ensino Profissional; Ensino Superior; Professores; Crianças; Jovens;	Explorar o museu através dos 5 sentidos do corpo humano (Museu Bordalo Pinheiro, s.d.w).	Terça a sexta-feira, entre as 10h00 e as 18h00, com marcação prévia (Museu Bordalo Pinheiro, s.d.w).	2.00€ para o público escolar durante o período letivo. 4.00€ para o público geral

	Adultos (Museu Bordalo Pinheiro, s.d.w).			(Museu Bordalo Pinheiro, s.d.w).
Bordalo Entre o Som e o Gesto	Jovens; Adultos (Museu Bordalo Pinheiro, s.d.x).	Dar a conhecer algumas das obras mais emblemáticas de Bordalo Pinheiro. Estas visitas realizam-se em Língua Gestual Portuguesa por uma Mediadora Surda e uma Intérprete em Língua Gestual Portuguesa (Museu Bordalo Pinheiro, s.d.x).	16 de novembro de 2024 a 30 de abril de 2025, às 15h00 (Museu Bordalo Pinheiro, s.d.x).	1.00€ (Museu Bordalo Pinheiro, s.d.x).
Bordalo Surpresa	Jovens; Adultos; Famílias (Museu Bordalo Pinheiro, s.d.y).	Em cada visita é abordado um tema relacionado com a obra artística de Bordalo Pinheiro. Materiais e recursos acessíveis disponíveis: audiodescrição, desenhos com impressão em relevo, peças de cerâmica para tocar, recursos olfativos e auditivos (Museu Bordalo Pinheiro, s.d.y).	8 de janeiro, 12 de março, 14 de maio e 9 de julho de 2025, às 15h00 (Museu Bordalo Pinheiro, s.d.y).	1.00€ (Museu Bordalo Pinheiro, s.d.y).

Tabela 9 - Programação inclusiva do Museu Bordalo Pinheiro.

Apêndice 8 – Programação inclusiva do Museu Calouste Gulbenkian

Nome	Público-alvo	Descrição	Realização	Preço
Grandes obras: visita tátil	Públicos com Necessidades Educativas Específicas, tais como públicos com deficiência visual ou com baixa visão (Fundação Calouste Gulbenkian, s.d.f).	Os participantes irão conhecer algumas das peças mais emblemáticas reunidas em vida por Gulbenkian, através da exploração mediada de estações táteis com materiais 3D (Fundação Calouste Gulbenkian, s.d.f).	11 de abril a 1 de setembro de 2025. Quarta e Sexta-Feira, e Sábado, entre as 10h30 e as 15h30, com marcação prévia (Fundação Calouste Gulbenkian, s.d.f).	Gratuito (Fundação Calouste Gulbenkian, s.d.f).
A tempestade	Públicos com Necessidades Educativas Específicas (Fundação Calouste Gulbenkian, s.d.g)	Partido da Pintura "Naufrágio de um Cargueiro" de William Turner, os participantes são desafiados a fazer um desenho, experimentando diversos materiais de desenho e pintura sólida (Fundação Calouste Gulbenkian, s.d.g)	1 de outubro de 2024 a 30 de junho de 2025. Quartas e Sextas-Feiras, entre as 10h30 e as 14h30, com marcação prévia (Fundação Calouste Gulbenkian, s.d.g)	Gratuito (Fundação Calouste Gulbenkian, s.d.g)

<p>Veneza em Festa: um percurso tátil</p>	<p>Públicos com Necessidades Educativas Específicas, tais como públicos com deficiência visual ou com baixa visão (Fundação Calouste Gulbenkian, s.d.h).</p>	<p>Através de estações táteis e de audiodescrição, os participantes irão conhecer os vários pontos icónicos da cidade de Veneza, como a Praça de São Marcos e a sua Basílica, a ponte de Rialto ou o Palácio Ducal (Fundação Calouste Gulbenkian, s.d.h).</p>	<p>25 de outubro de 2024 a 13 de janeiro de 2025. Quarta e Sexta-Feira, e Sábado, entre as 10h30 e as 15h30, com marcação prévia (Fundação Calouste Gulbenkian, s.d.h).</p>	<p>Gratuito (Fundação Calouste Gulbenkian, s.d.h).</p>
<p>Explorar os Sons – Álbum de Família</p>	<p>Públicos com Necessidades Educativas Específicas, tais como públicos com perda de memória, diagnóstico de demência e seus cuidadores (Fundação Calouste Gulbenkian, s.d.i).</p>	<p>Durante esta visita multissensorial, os participantes irão descobrir como é que a invenção da fotografia influenciou e transformou o rumo da pintura. Conhecerão o universo do impressionismo, e irão mergulhar no tema da família e nas ternas memórias de infância. Ao longo do percurso, os participantes irão folhear simbolicamente um álbum de família, que permitirá</p>	<p>1 de outubro de 2024 a 30 de junho de 2025. Quarta e Sexta-Feira, entre as 10h30 e as 16h00, com marcação prévia (Fundação Calouste Gulbenkian, s.d.i).</p>	<p>Gratuito (Fundação Calouste Gulbenkian, s.d.i).</p>

		conectar com o passado através de objetos, músicas e fotografias da época (Fundação Calouste Gulbenkian, s.d.i).		
Desenho em Roda	Públicos com Necessidades Educativas Específicas (Fundação Calouste Gulbenkian, s.d.j).	Nesta atividade, os participantes utilizam uma 'roda' para criar uma obra de arte sem princípio nem fim (Fundação Calouste Gulbenkian, s.d.j).	1 de outubro de 2024 a 30 de junho de 2025. Quarta e Sexta-Feira, entre as 10h30 e as 16h00, com marcação prévia (Fundação Calouste Gulbenkian, s.d.j).	Gratuito (Fundação Calouste Gulbenkian, s.d.j).
O Império das Flores	Públicos com Necessidades Educativas Específicas (Fundação Calouste Gulbenkian, s.d.k).	No Museu, em particular na coleção de Porcelana Chinesa, a fauna e a flora são retratadas, criando um jardim. Inspirados por este cenário, os participantes serão desafiados a criar o seu próprio jardim (Fundação Calouste Gulbenkian, s.d.k).	1 de outubro de 2024 a 30 de junho de 2025. Quarta e Sexta-Feira, entre as 10h30 e as 16h00, com marcação prévia (Fundação Calouste Gulbenkian, s.d.k).	Gratuito (Fundação Calouste Gulbenkian, s.d.k).

<p>Museu Portátil: Sabores, Cores e Riscadores</p>	<p>Públicos com Necessidades Educativas Específicas (Fundação Calouste Gulbenkian, s.d.l).</p>	<p>Nesta atividade, os participantes exploram diferentes texturas, cheiros, formas e cores, e desafiados a criar uma pequena coleção portátil (Fundação Calouste Gulbenkian, s.d.l).</p>	<p>1 de outubro de 2024 a 30 de junho de 2025. Quarta e Sexta-Feira, entre as 10h30 e as 16h00, com marcação prévia (Fundação Calouste Gulbenkian, s.d.l).</p>	<p>Gratuito (Fundação Calouste Gulbenkian, s.d.l).</p>
<p>Água Doce e Água Salgada</p>	<p>Públicos com Necessidades Educativas Específicas (Fundação Calouste Gulbenkian, s.d.m)</p>	<p>Nesta visita, o museu convida os participantes a observar a natureza, com especial ênfase nos rios e mares, escolhendo o barco adequado para a navegação. Os participantes registrarão o percurso num Diário de Bordo, que poderão levar para casa como recordação da visita (Fundação Calouste Gulbenkian, s.d.m)</p>	<p>1 de outubro de 2024 a 13 de janeiro de 2025. Quarta e Sexta-Feira, entre as 10h30 e as 16h00, com marcação prévia (Fundação Calouste Gulbenkian, s.d.m)</p>	<p>Gratuito (Fundação Calouste Gulbenkian, s.d.m)</p>

<p>Explorar os Sons – Amor na Ópera</p>	<p>Públicos com Necessidades Educativas Específicas, tais como públicos com perda de memória, diagnóstico de demência e seus cuidadores (Fundação Calouste Gulbenkian, s.d.n).</p>	<p>Nesta atividade, recorrendo ao som, à voz e ao corpo, os participantes viajarão até França para descobrir os instrumentos musicais retratados no museu (Fundação Calouste Gulbenkian, s.d.n).</p>	<p>1 de outubro de 2024 a 30 de junho de 2025. Quarta e Sexta-Feira, entre as 10h30 e as 16h00, com marcação prévia (Fundação Calouste Gulbenkian, s.d.n).</p>	<p>Gratuito (Fundação Calouste Gulbenkian, s.d.n).</p>
---	--	--	--	--

Tabela 10 - Programação inclusiva do Museu Calouste Gulbenkian.

Apêndice 9 – Guiões das entrevistas

Enquadramento/fonte	Pergunta
-	Para dar início a esta entrevista, poderia falar um pouco sobre o seu percurso académico e profissional que precede o desempenho das suas atuais funções?
<p>Em 2022, uma definição de museu foi aprovada durante a Assembleia Geral Extraordinária do ICOM, obtendo 92% dos votos dos participantes. A definição atualmente em vigor caracteriza o museu como "uma instituição permanente, sem fins lucrativos e ao serviço da sociedade", cuja missão inclui a pesquisa, a coleção, a conservação, a interpretação e a exposição do "património material e imaterial" da humanidade. Defende-se, ainda, que os museus devem ser "acessíveis", "inclusivos" e "abertos ao público", promovendo "a diversidade e a sustentabilidade". Com a "participação das comunidades", os museus não apenas "funcionam e comunicam de forma ética e profissional", como proporcionam experiências diversificadas que visam a "educação", a "fruição", a "reflexão" e a "partilha de conhecimento" (ICOM, 2021, par.4).</p>	<p>Como descreve o papel e as funções dos museus na sociedade atual?</p>
-	A seu ver, como definiria a inclusão social no âmbito dos museus?
<p>Assim, segundo Grunig (2023), esta discussão acerca da natureza da inclusão social evidencia "a relevância do conceito para um vasto conjunto de organizações", incluindo empresas, entidades governamentais, entidades do foro político, organizações sem fins lucrativos, organismos de saúde, escolas, forças armadas, entre outras (p.94).</p>	<p>Considera a inclusão social uma prioridade para o museu?</p>
<p>A Acesso Cultura (2020, p.47) enfatiza, ainda, a importância de haver um elemento na equipa do museu responsável pela coordenação da acessibilidade.</p>	<p>Dentro do museu, quem é responsável pela área da inclusão social? Existe uma equipa dedicada a esta questão?</p>

<p>Este colaborador é responsável por: considerar a acessibilidade em todas as iniciativas promovidas pelo museu; garantir que todas as iniciativas desenvolvidas no domínio da acessibilidade e da inclusão estão em conformidade com a missão do museu; assegurar o cumprimento das leis em vigor no domínio da acessibilidade; garantir uma articulação eficaz entre os diferentes departamentos do museu; assegurar a continuidade do trabalho desenvolvido neste domínio, mesmo perante eventuais mudanças ao nível da tutela, da direção ou da equipa; implementar serviços já existentes e fomentar o desenvolvimento de novos; e estabelecer uma comunicação com o exterior, nomeadamente com outras entidades culturais, associações e o público (Acesso Cultura, 2020, p.47).</p>	<p>Existindo esse responsável e/ou equipa como é que o serviço educativo se articula com o(s) mesmo(s)? Como é que o serviço educativo do museu procura promover a inclusão social?</p>
<p>Os "museus estão a tentar tornar-se" instituições mais inclusivas, enfrentando o seu "legado de exclusão institucionalizada" e, ao abordar "as questões de representação", de "acesso" e "participação", fomentar a igualdade e a democratização cultural (Sandell, 1998, p.410). Desta forma, os museus procuram remover as barreiras que condicionam o acesso e a participação aos espaços museológicos por parte de determinados grupos. Tais barreiras podem ser culturais, financeiras, emocionais, físicas ou intelectuais (Dodd & Sandell, 2001, p.12; Sandell, 1998, p.410).</p>	<p>Quais são os grupos que enfrentam maiores desafios no acesso ao museu? Quais são as barreiras que podem estar a contribuir para a sua exclusão?</p>
<p>-</p>	<p>Que iniciativas e programas o serviço educativo tem desenvolvido para facilitar ou ampliar o acesso a esses grupos?</p>
<p>-</p>	<p>Que iniciativas e programas o serviço educativo tem desenvolvido para facilitar ou ampliar o acesso a esses grupos, particularmente para as pessoas com deficiências sensoriais?</p>

<p>Mas antes de se abordar os recursos acessíveis que os museus podem desenvolver, torna-se crucial que os museus estejam conscientes de dois aspetos: 1.º, para alcançar "uma verdadeira igualdade no direito à participação cultural, as pessoas com deficiência ou incapacidade devem poder decidir as atividades a que querem assistir, sem verem a sua escolha limitada" a dias e/ou horários específicos ou especiais; 2.º, as atividades destinadas exclusivamente a pessoas com deficiência e/ou incapacidade, devem ser a exceção, não a norma. A este respeito, a Acesso Cultura (2020) sublinha que "a primeira preocupação deve ser considerar todos os aspetos de acessibilidade na programação proposta ao público em geral", para que todas as pessoas "possam usufruir da mesma oferta e frequentar os mesmos espaços" (p.33).</p>	<p>Quando o museu cria um programa destinado ao público com deficiências sensoriais são disponibilizadas várias opções de datas e horários?</p>
<p>-</p>	<p>Quando o museu desenvolve novas iniciativas e programas para o público em geral, procura torná-los acessíveis também para as pessoas com deficiências sensoriais, ou é mais comum criar programas específicos exclusivamente direcionados a este público?</p>
<p>-</p>	<p>Como é que o serviço educativo se articula com estas iniciativas e programas? Que diálogos existem entre a curadoria e o serviço educativo no sentido de promover a inclusão social das pessoas com deficiências sensoriais?</p>

A Acesso Cultura (2020) propõe, assim, o desenvolvimento de alguns recursos para promover o acesso a pessoas com deficiência, nomeadamente: a audiodescrição, que pode ser realizada ao vivo durante uma visita guiada ou ser pré-gravada num audioguia; interpretação em Língua Gestual Portuguesa (LGP) que pode decorrer ao vivo durante uma visita orientada ou ser pré-gravada num videoguia; conteúdos audiovisuais/vídeos, que devem incluir audiodescrição, interpretação em LGP e legendagem; materiais táteis, como maquetes, reproduções em relevo ou impressões 3D, que constituem recursos fundamentais para pessoas com deficiência visual; impressões em Braille e em formato ampliado, as quais, devido ao espaço que ocupam, podem ser oferecidas em brochuras separadas sempre que não seja viável integrá-las nos painéis e legendas habituais; guias com pictogramas, que constituem uma alternativa eficaz para a apresentação dos conteúdos de uma visita a visitantes com deficiência intelectual; finalmente, atividades descontraídas, planeadas para criar uma atmosfera acolhedora e relaxada, elaboradas em colaboração com especialistas, com o objetivo de possibilitar o acesso a pessoas no espectro do autismo, bem como a pessoas com défice de atenção, ou com deficiência intelectual, sensorial ou de comunicação, entre outras (pp.35-37). Garcia et al. (2017) referem que, para além das maquetes e réplicas 3D, alguns materiais devem ser disponibilizados em formato 2D^{1/2}. Esta abordagem consiste na apresentação de elementos visuais - texto, imagens, mapas, plantas -, em impressão bidimensional passível de ser tocada, permitindo que pessoas cegas possam aceder a conteúdos de natureza predominantemente visual. As autoras acrescentam, que alguns museus já

Durante uma visita ao museu que materiais ou recursos são disponibilizados às pessoas com deficiências sensoriais?

<p>experimentaram desenvolver desenhos 2D^{1/2} de pinturas, como é o caso da Casa-Museu Anastácio Gonçalves, em Lisboa, onde algumas obras possuem versões táteis a cores, produzidas com materiais que evocam os elementos representados nas cenas pictóricas (p.71). As mesmas autoras referem, também, os audioguias, os quais devem disponibilizar conteúdos em múltiplos idiomas, incluindo o português, o inglês e outras línguas consideradas relevantes. A estes conteúdos podem ser adicionadas músicas de fundo ou efeitos sonoros, elementos que, segundo as autoras, contribuem "para sublinhar a mensagem e facilitar a criação de imagens mentais" (p.75). Além destes, referem os vídeoguias, que devem disponibilizar vídeos em LGP e/ou Gesto Internacional. "Para a população Surda portuguesa, é necessário disponibilizar vídeoguias em Língua Gestual Portuguesa [...] Mas como cada país tem a sua própria língua gestual, para comunicar com visitantes Surdos estrangeiros é indicado o Gesto Internacional" (p.76). As autoras referem ainda as aplicações para dispositivos móveis, afirmando que podem ser adicionados conteúdos em formato áudio e vídeo, sendo este último passível de incluir língua gestual (p.78). Por fim, as autoras salientam a importância dos manuais de acessibilidade que as entidades devem adotar, destacando que estes devem ser disponibilizados tanto em formato físico como digital. Estes manuais, para além de orientarem sobre as condições de acesso físico, devem igualmente indicar os recursos e ferramentas de comunicação acessível existentes (p.82).</p>	
-	Os visitantes com deficiência auditiva podem solicitar uma visita guiada com interpretação em Língua Gestual Portuguesa?

<p>Considerando a relevância da dimensão sensorial na experiência do visitante, seria desejável que os museus ampliassem as atuais estratégias de comunicação acessíveis, para englobar outras experiências, neste caso experiências que apelam a todos os sentidos, como a visão, audição, tato, paladar e olfato. A oferta de visitas multissensoriais pelo museu é uma abordagem desejável para enriquecer a experiência dos visitantes (Mesquita & Carneiro, 2016, p.385-386).</p>	<p>O museu tem atualmente exposições ou programas que permitem aos visitantes explorar as coleções através de múltiplos sentidos, como o tato, o olfato ou o paladar?</p>
<p>-</p>	<p>O museu já ofereceu no passado exposições ou programas com características semelhantes?</p>
<p>Com efeito, desde a década de 1970 o sentido do tato tem assumido um papel de relevo, dando origem ao desenvolvimento de visitas com recurso ao tato e de workshops de carácter prático. O progresso tecnológico permitiu, subsequentemente, a introdução de recursos como ecrãs táteis, tablets e réplicas 3D de objetos artísticos, ampliando as oportunidades de interação através do toque (Feenstra, 2015).</p>	<p>De que forma o museu tem integrado o tato, tanto nas visitas guiadas às exposições quanto nos programas específicos dedicados ao público com deficiências sensoriais?</p>
<p>Os sentidos do paladar e do olfato, contudo, foram amplamente negligenciados, estando presentes em apenas 7% e 21% dos museus, respetivamente (Mesquita & Carneiro, 2016, p.384).</p>	<p>O museu tem integrado as experiências olfativas e gustativas nas suas exposições e atividades? Tem-no feito no que concerne aos programas específicos dedicados ao público com deficiências sensoriais?</p>
<p>O toque é o recurso mais frequentemente explorado pelos museus como estratégia de acessibilidade destinada a pessoas cegas ou com baixa visão. Contudo, o olfato tem também sido implementado enquanto recurso complementar, contribuindo, assim, para o enriquecimento da experiência destes públicos (Handa et al., 2010), designadamente através de visitas guiadas especificamente desenhadas (Stevenson, 2014, p.160).</p>	<p>Na sua opinião, a introdução do olfato e do paladar nas experiências museológicas pode enriquecer a experiência do visitante?</p>

<p>Embora os museus constituam espaços onde a alimentação e o sabor se encontram presentes - quer através das obras de arte que os representam, quer nos restaurantes existentes no próprio espaço -, "a comida, por si só, enquanto objeto a ser saboreado criticamente, raramente é considerada uma ferramenta pedagógica formal" (Mihalache, 2014, p.202). Todavia, a "educação através dos alimentos e o envolvimento crítico com o sentido do paladar" poderão não só diversificar as práticas comunicativas nos museus, bem como "acentuar a natureza participativa da experiência museológica" (Mihalache, 2014, p.97).</p>	
<p>-</p>	<p><u>Se sim</u>, de que modo?</p> <p><u>Se não</u>, porquê?</p>
<p>Autores como Harada et al. (2018) defendem que esta abordagem é particularmente promissora para toda as categorias de pessoas, incluindo as pessoas com deficiência, idosos, jovens, entre outros (p. 2221).</p> <p>De forma complementar, Stevenson (2014) refere que as pessoas com deficiência visual são aquelas que mais beneficiam das soluções de carácter multissensorial (p.159). Neves (2010) argumenta que esta abordagem pode melhorar significativamente a experiência de todos os visitantes, incluindo aqueles com deficiências sensoriais, como pessoas cegas ou com baixa visão, e pessoas surdas ou com baixa audição [...].</p>	<p>Considera a utilização da comunicação multissensorial uma estratégia eficaz para promover a acessibilidade e a inclusão das pessoas com deficiências sensoriais?</p>
<p>-</p>	<p>No âmbito do serviço educativo, quais são os principais benefícios de utilizar a comunicação multissensorial no museu, particularmente para as pessoas com deficiências sensoriais?</p>
<p>-</p>	<p>Quais são os principais desafios, colocados ao serviço educativo, ao</p>

	implementar exposições multissensoriais no museu?
-	Qual é o departamento responsável por conduzir essa investigação: o departamento de comunicação ou o serviço educativo? Ou ambos?
<p>Um estudo conduzido por Mesquita e Carneiro (2016) realizado em quatro cidades europeias que dispõem de um conjunto de museus relevantes - Londres, Paris, Madrid e Lisboa - revelou que os museus tendem a adotar mais estratégias para aumentar a acessibilidade física do que para melhorar a acessibilidade dos objetos em exposição e a sua interpretação.</p> <p>O estudo revelou que os museus "não ofereceram muitas oportunidades para maximizar a experiência museológica" proporcionada pelos cinco sentidos Mesquita & Carneiro, 2016, p.383).</p>	O museu tende a priorizar a implementação de estratégias para facilitar a mobilidade dos visitantes e melhorar a legibilidade das informações, em detrimento da criação de experiências multissensoriais?
<p>A associação Acesso Cultura (2020) sublinha que, quando um espaço cultural adota uma política de acessibilidade, é fundamental comunicá-la regularmente ao público externo.</p> <p>Garcia et al. (2017, p.84) sublinham que é "muito importante" divulgar as mostras e as atividades multissensoriais, destacando ainda, a importância do "passa-palavra".</p>	O museu tem como estratégia comunicar aos públicos a dimensão multissensorial de certos projetos expositivos ou educativos?
<p>Sempre que o profissional responsável pela assessoria de imprensa elaborar um comunicado sobre uma nova atividade que disponha de recursos acessíveis, deve mencioná-los. Além disso, deve promover periodicamente entrevistas sobre a filosofia e as práticas adotadas pela instituição no domínio da acessibilidade (Acesso Cultura, 2020, p.29).</p>	<u>Se sim</u> , qual é o departamento responsável por conduzir essa comunicação: o serviço educativo ou o departamento de comunicação? Ou ambos?

-	<u>Se a resposta à pergunta anterior for o serviço educativo ou ambos</u> , como é que o serviço educativo comunica as suas iniciativas multissensoriais ao público? Existem estratégias específicas para garantir que esta informação chega a todos os visitantes, incluindo aqueles com deficiências sensoriais?
-	<u>Se forem ambos</u> , de que modo é que se articulam?
-	Pode dar exemplos concretos de práticas de divulgação de projetos expositivos ou educativos aos diferentes públicos do museu, nomeadamente aos portadores de deficiências sensoriais?
<p>O Banco Mundial (2013), citado por Grunig (2023) sublinha que a inclusão deve ser compreendida como "um processo" e não como um "conjunto de resultados" (p.94). O primeiro passo neste processo consiste em consultar os públicos relevantes, recorrendo a tecnologias de informação e comunicação (Grunig, 2023, p.94). Neste mesmo âmbito, uma consulta, "compromete o fornecedor a ouvir [...] e a considerar cuidadosamente os comentários, ideias e recomendações dos beneficiários sobre o que os incomoda e o porquê" (p.237).</p> <p>[...] torna-se crucial consultar e envolver ativamente as pessoas com deficiência e as suas organizações representativas em todas as fases de um plano de comunicação, uma vez que estas podem fornecer perspetivas singulares e contribuir para a qualidade e riqueza dos conteúdos e materiais de comunicação (Nações Unidas, 2021, pp.3-4).</p>	<p>Como são avaliadas as necessidades de acessibilidade do público com deficiências sensoriais antes de implementar novas exposições ou programas? Existe um processo prévio de consulta com os públicos relevantes para identificar as suas necessidades e desafios?</p>
-	<u>Caso a resposta seja positiva</u> , além da consulta, o museu adota outros métodos para investigar os problemas e desafios enfrentados por pessoas com deficiência? Quais são esses métodos?

-	<u>Caso a resposta seja positiva</u> , que departamento(s) do museu estabelece(m) essas colaborações? O serviço educativo é um deles?
-	<u>Caso a resposta seja positiva</u> , como se dá essa colaboração?
-	Existem feedbacks regulares do público com deficiências sensoriais sobre a acessibilidade das exposições e programas? Através de que canais chega esse retorno? Como são utilizados esses feedbacks?
O profissional designado para este cargo deverá reunir conhecimentos e experiência na área da acessibilidade, tornando-se, assim, imperativo assegurar-lhe acesso regular a formação contínua, de modo a manter-se devidamente atualizado e a desempenhar as suas responsabilidades com rigor e eficácia (Acesso Cultura, 2020, p.47).	O museu oferece formação específica aos colaboradores para os preparar adequadamente para a receção de visitantes com deficiências sensoriais?
Na dimensão cultural, consideram-se os seguintes elementos: em primeiro lugar, a representação - a extensão em que a herança cultural de um indivíduo é representada na cultura; em segundo, a participação - as oportunidades de envolvimento no processo de produção cultural; e, em terceiro, o acesso - as oportunidades de desfrutar e apreciar todos os aspetos da vida cultural (Sandell, 1998, p.410). Sandell (1998) defende que a "dimensão cultural também está interconectada com as outras dimensões da exclusão." É possível argumentar-se, por exemplo, que o acesso e a participação em atividades culturais "podem aumentar a confiança, a autoestima e a autodeterminação de um indivíduo, permitindo-lhe estabelecer relações sociais e até mesmo aumentar as suas chances de garantir emprego" (p.410).	Garantir o acesso e a participação em atividades culturais no museu pode impactar positivamente a confiança, a autoestima e a autodeterminação dos indivíduos, especialmente aqueles com deficiência?

-	Como vê o futuro das práticas multissensoriais no museu? Existem planos para expandir ou inovar nesta área, particularmente no que diz respeito à inclusão de pessoas com deficiências sensoriais?
<p>Os "museus estão a tentar tornar-se" instituições mais inclusivas, enfrentando o seu "legado de exclusão institucionalizada" e, ao abordar "as questões de representação", de "acesso" e "participação", fomentar a igualdade e a democratização cultural (Sandell, 1998, p.410). Desta forma, os museus procuram remover as barreiras que condicionam o acesso e a participação aos espaços museológicos por parte de determinados grupos. Tais barreiras podem ser culturais, financeiras, emocionais, físicas ou intelectuais (Dodd & Sandell, 2001, p.12; Sandell, 1998, p.410).</p> <p>O conceito de 'Museu Inclusivo' refere-se, portanto, a instituições museológicas que adotam implementam práticas e abordagens inclusivas, de modo a assegurar que todas as pessoas, independentemente das suas capacidades físicas, sensoriais ou cognitivas, tenham acesso e possam usufruir das várias experiências disponibilizadas pelo museu. A inclusão social, nos espaços museológicos, procura eliminar barreiras e promover um ambiente acessível a todos (Acesso Cultura, 2020; Garcia et al., 2017).</p>	Quais características devem estar presentes para que um museu possa ser considerado plenamente inclusivo?

Tabela 11 - Guião de entrevista com os responsáveis/técnicos dos setores educativos e/ou das áreas de acessibilidade e inclusão social.

Enquadramento/fonte	Pergunta
-	Para dar início a esta entrevista, poderia falar um pouco sobre o seu percurso académico e profissional que precede o desempenho das suas atuais funções?

-	<p><u>Para o Museu Calouste Gulbenkian</u> O museu tem um departamento ou uma equipa de comunicação responsável pelo planeamento estratégico e divulgação das suas atividades, ou essa responsabilidade está a cargo do departamento de comunicação da Fundação?</p> <p><u>Para o Museu Bordalo Pinheiro</u> O museu tem uma equipa ou departamento de comunicação responsável pelo planeamento estratégico e pela divulgação das suas atividades?</p>
<p>Importa referir que, nos últimos anos, a crescente competição por recursos limitados tem conduzido a mudanças na prática profissional das RP nesta tipologia de organizações. A integração das RP com o marketing e a gestão por objetivos revelou-se fundamental para a construção de uma estratégia de comunicação eficaz (Broom, 2009, pp.460-462).</p>	<p><u>Caso exista um departamento</u> As relações públicas e o marketing estão integrados num único departamento ou são geridos de forma independente no museu?</p> <p><u>Caso exista apenas um responsável pela gestão da comunicação do museu</u>, essa pessoa é responsável tanto pelas atividades de relações públicas como as de marketing, ou são geridos de forma independente no museu?</p>
<p>Broom (2009) conclui que as diferentes definições evidenciam que as RP procuram implementar programas planeados e sustentados como parte da gestão organizacional; gerem os relacionamentos entre a organização e os públicos de interesse; monitorizam a consciência, as opiniões e as atitudes, bem como o comportamento tanto dentro como fora da organização; avaliam o impacto de políticas, procedimentos e ações que possam entrar em conflito com o interesse público e a sobrevivência organizacional; aconselham a administração no desenvolvimento de novas políticas e procedimentos que beneficiem a organização e os seus públicos; e promovem e mantêm a comunicação</p>	<p><u>Caso exista um departamento</u> Quais são as principais responsabilidades e funções do departamento de comunicação no museu?</p> <p><u>Como responsável pela gestão da comunicação do museu</u>, quais são as suas principais responsabilidades e funções no museu?</p>

<p>bidirecional entre a organização e os seus públicos (p.24).</p>	
<p>De acordo com French e Runyard (1999, 2011) existem alguns princípios que devem nortear a prática dos profissionais de RP. Em primeiro, as RP são parte integral de toda organização, o que implica que o trabalho dos profissionais de RP é fundamental para o funcionamento organizacional. Consequentemente, o responsável pelo departamento deve participar no processo de tomada de decisões administrativas, gerir a comunicação da organização com os meios de comunicação social e colaborar com os colaboradores de outros departamentos (French & Runyard, 1999, pp.148-149).</p>	<p><u>O responsável pelo departamento de comunicação</u> participa ativamente no planeamento e na tomada de decisões administrativas e estratégicas da organização?</p> <p><u>O responsável pela gestão da comunicação do museu</u> participa ativamente no planeamento e na tomada de decisões administrativas e estratégicas da organização?</p>
<p>Assim, segundo Grunig (2023), esta discussão acerca da natureza da inclusão social evidencia "a relevância do conceito para um vasto conjunto de organizações", incluindo empresas, entidades governamentais, entidades do foro político, organizações sem fins lucrativos, organismos de saúde, escolas, forças armadas, entre outras (p.94).</p>	<p>Considera a inclusão social uma prioridade para o museu?</p>
<p>A ideia de que a inclusão social é um processo, cujo primeiro passo é a consulta, sugere, portanto, que as RP num sentido amplo, podem ser entendidas como "um processo de inclusão social que serve os públicos, as organizações e a sociedade" (Grunig, 2023, pp.94-95).</p>	<p>Na sua opinião, as relações públicas podem contribuir para que o museu atinja os seus objetivos de inclusão social?</p>
<p>Quando se trata de museus, é importante envolver o profissional de RP no desenvolvimento de novos produtos, no planeamento de exposições, atividades educativas, eventos e outras iniciativas (French & Runyard, 2011)</p>	<p><u>O departamento de comunicação</u> colabora com outros departamentos, como o serviço educativo, no desenvolvimento de exposições, programas e eventos?</p> <p><u>O profissional de comunicação</u> colabora com os outros departamentos, nomeadamente com o serviço educativo, no desenvolvimento de novas exposições, programas e eventos?</p>

-	Caso a resposta seja positiva, poderia descrever como se processa essa colaboração?
-	Foi realizado algum mapeamento para identificar os diferentes públicos do museu?
Hooper-Greenhill (2000) sugere que os museus devem atuar como "comunicadores" (p.12) adotando "estratégias relacionais consistentes com os seus públicos" (Capriotti, 2013, p.101).	Quais são as principais estratégias de comunicação adotadas pelo museu para comunicar com os seus diferentes públicos?
Segundo Abreu (2013) a comunicação de uma organização com os seus diferentes públicos realiza-se através de vários canais, incluindo suportes impressos (Abreu, 2013; Cole, 2008), eventos especiais, relações com os meios de comunicação social (French & Runyard, 2011; Runyard & French, 1999) e no digital (Capriotti, 2013a; Capriotti, 2013b; Capriotti & Kuklinski, 2012).	Quais são os canais de comunicação utilizados pelo museu para comunicar com os seus diferentes públicos?
A comunicação estratégica, segundo Jackson (1987), citado por Capriotti (2010, 2013a) é a gestão "integrada, sinérgica, coerente e consistente" da comunicação interna e externa de uma organização, com o objetivo de "melhorar a sua reputação e a gerir as suas relações a longo prazo com os seus públicos" (p.209, p.102). Como refere McLean (1997), citado por Capriotti (2013a, p.101), a comunicação estratégica constitui "uma parte relevante da gestão global diária de um museu".	<u>Quando o departamento de comunicação planeia e desenvolve uma nova campanha, colabora com outros departamentos, nomeadamente na criação das mensagens a serem veiculadas?</u> <u>Quando o museu planeia e desenvolve uma nova campanha de comunicação, colabora com outros departamentos, nomeadamente na criação das mensagens a serem veiculadas?</u>
-	A comunicação com os públicos ocorre diariamente?
-	Além das estratégias e canais de comunicação já mencionados, o museu utiliza outras estratégias e meios para comunicar diretamente com as pessoas com deficiências sensoriais?
-	<u>Se sim</u> , quais são?

<p>Nas instalações dos museus, é comum encontrar materiais promocionais impressos, tais como cartazes, folhetos ou brochuras, contendo informações sobre a programação do museu (Abreu, 2013, p.62).</p> <p>Para assegurar a acessibilidade dos materiais impressos (como folhetos, manifestos monofolhas, cartazes, manifestos, brochuras, etc.), é necessário disponibilizar versões em Braille e em impressão ampliada⁶⁹, bem como uma versão online, incluindo formato HTML. Além disso, deve certificar-se de que as cores utilizadas apresentam um contraste adequado, com uma proporção mínima de 4,5:1 (European Disability Forum, 2023, p.7).</p> <p>Para alcançar a totalidade dos públicos, o profissional de RP deve conhecer e usar os formatos acessíveis, também designados por formatos alternativos. Contudo, quanto mais inclusivos forem os materiais de comunicação originais, menor será a necessidade de recorrer a formatos alternativos, permitindo uma economia de recursos, como tempo e dinheiro, na transmissão da mesma mensagem a diferentes grupos (Chartered Institute of Public Relations & Disability Confident, 2015, p.7).</p>	<p>Os materiais impressos, como os cartazes, folhetos e brochuras, são adaptados para atender às necessidades das pessoas com deficiência visual? Incluem, por exemplo, leitura em braille, letras em impressão aumentada, versões online acessíveis e cores com bom contraste?</p>
<p>-</p>	<p>Os visitantes com deficiência auditiva podem solicitar uma visita guiada com interpretação em Língua Gestual Portuguesa?</p>

⁶⁹ Devem ser incluídos códigos QR que direcionem para a versão online acessível (European Disability Forum, 2023, p.7).

<p>A forma como os websites são estruturados pode criar barreiras para pessoas com deficiência. Para eliminar essas barreiras, o World Wide Web Consortium (W3C), órgão regulador da web, desenvolveu as Diretrizes de Acessibilidade para Conteúdo da Web (WCAG 2.0). O website do W3C disponibiliza exemplos de boas práticas que contribuem para tornar os websites mais acessíveis, assegurando que todos os utilizadores possam aceder e navegar na internet de forma eficiente e inclusiva (Chartered Institute of Public Relations & Disability Confident, 2015, p.12).</p>	<p>O website do museu é acessível para visitantes com deficiência sensorial (invisuais e surdos)? O website está em conformidade com as Diretrizes de Acessibilidade para Conteúdo da Web (WCAG) do World Wide Web Consortium (W3C)? Qual é o nível de acessibilidade dos conteúdos escritos, bem como das imagens e vídeos disponíveis no website?</p>
<p>A maioria das redes sociais não é totalmente acessível, sendo a sua acessibilidade condicionada por vários fatores (European Disability Forum, 2023, p.6; Nações Unidas, 2021, p.30). Os utilizadores podem adotar diversas medidas para tornar o seu conteúdo mais acessível, como: usar palavras simples; evitar o uso de caracteres Unicode, ASCII ou ferramentas que permitam escrever textos em fontes diferentes; não recorrer a textos em itálico. Além disso, é recomendável escrever hashtags no formato <i>Camel/Case</i>, em que a primeira letra de cada palavra é maiúscula, por exemplo, #AcessibilidadeÉBoa ou #DeixarNinguémParaTrás, de modo que os leitores de ecrã interpretem corretamente a hashtag (European Disability Forum, 2023, p.6; Nações Unidas, 2021, p.30); não utilizar um número excessivo de hashtags; limitar o uso de emojis a dois ou três por publicação, evitando-os como substitutos de texto; não recorrer a animações ou GIF's com imagens ou luzes intermitentes; empregar <i>call-to-actions</i> descritivos, como "Leia a entrevista!" ou "Descarregue o documento"; adicionar texto alternativo às imagens e GIF's; legendar os vídeos através de ferramentas de legendas ocultas; e</p>	<p><u>Para o Museu Calouste Gulbenkian</u> As redes sociais da Fundação estão adaptadas para garantir a acessibilidade a pessoas com deficiências sensoriais?</p> <p><u>Para o Museu Bordalo Pinheiro</u> As redes sociais do museu estão adaptadas para garantir a acessibilidade a pessoas com deficiências sensoriais?</p>

<p>incluir interpretação em Língua Gestual nos vídeos (European Disability Forum, 2023, p.6).</p>	
<p>-</p>	<p>Quais são os principais desafios que o museu enfrenta ao tentar comunicar eficazmente com o público com deficiências sensoriais?</p>
<p>O Banco Mundial (2013), citado por Grunig (2023) sublinha que a inclusão deve ser compreendida como "um processo" e não como um "conjunto de resultados" (p.94). O primeiro passo neste processo consiste em consultar os públicos relevantes, recorrendo a tecnologias de informação e comunicação (Grunig, 2023, p.94). Neste mesmo âmbito, uma consulta, "compromete o fornecedor a ouvir [...] e a considerar cuidadosamente os comentários, ideias e recomendações dos beneficiários sobre o que os incomoda e o porquê" (p.237).</p> <p>[...] torna-se crucial consultar e envolver ativamente as pessoas com deficiência e as suas organizações representativas em todas as fases de um plano de comunicação, uma vez que estas podem fornecer perspetivas singulares e contribuir para a qualidade e riqueza dos conteúdos e materiais de comunicação (Nações Unidas, 2021, pp.3-4).</p>	<p>Quando o museu desenvolve uma nova exposição ou programa, existe um processo prévio de consulta com os públicos relevantes para identificar as suas necessidades e desafios? Em particular, como é que essa consulta é realizada com pessoas com deficiências sensoriais e com as organizações que as representam?</p>
<p>A partir do seu estudo desenvolvido na década de 1960, Grunig (2023) defende que as campanhas de comunicação tendem a revelar-se "quase sempre ineficazes" se não forem "precedidas de investigação destinada a compreender os problemas dos públicos a quem essas campanhas se destinam" (p.95).</p>	<p><u>Caso a resposta seja positiva</u>, além da consulta, o museu adota outros métodos para investigar os problemas e desafios enfrentados por pessoas com deficiências sensoriais? Quais são esses métodos?</p>
<p>-</p>	<p>Qual é o departamento responsável por conduzir essa investigação: o departamento de comunicação ou o serviço educativo? Ou ambos?</p>
<p>-</p>	<p><u>Se forem ambos</u>, de que modo é que se articulam?</p>

<p>Uma possível abordagem estratégica a considerar consiste na colaboração com criadores de conteúdos/influenciadores digitais que possuam um conhecimento profundo da realidade quotidiana das pessoas com deficiência. Estes podem colaborar na definição do conteúdo e na seleção dos canais de comunicação mais adequados, uma vez que conhecem a forma correta de abordar certos temas, a linguagem e os conceitos apropriados, assegurando, assim, o respeito pelas pessoas com deficiência (Brenneman, 2023).</p>	<p>Considera que a colaboração com influenciadores digitais com deficiência pode ser uma estratégia eficaz para os museus, servindo como forma de consulta, dada a sua experiência e entendimento das necessidades das pessoas com deficiências?</p>
<p>-</p>	<p>Existem feedbacks regulares do público com deficiência sensorial sobre a acessibilidade das exposições e programas? Através de que canais chega esse retorno? Como são utilizados esses feedbacks?</p>
<p>Considerando a relevância da dimensão sensorial na experiência do visitante, seria desejável que os museus ampliassem as atuais estratégias de comunicação acessíveis, para englobar outras experiências, neste caso experiências que apelam a todos os sentidos, como a visão, audição, tato, paladar e olfato. A oferta de visitas multissensoriais pelo museu é uma abordagem desejável para enriquecer a experiência dos visitantes (Mesquita & Carneiro, 2016, p.385-386).</p>	<p>Está familiarizado com o conceito de comunicação multissensorial, especialmente no contexto museológico?</p>
<p>-</p>	<p>O museu tem atualmente exposições ou programas que permitam aos visitantes explorar as coleções através de múltiplos sentidos, como o tato, o olfato ou o paladar?</p>
<p>-</p>	<p>O museu já ofereceu no passado exposições ou programas com características semelhantes?</p>
<p>-</p>	<p><u>Se a resposta a ambas as perguntas for negativa</u>, quais são as razões para que essa abordagem nunca tenha sido implementada?</p>

<p>Autores como Harada et al. (2018) defendem que esta abordagem é particularmente promissora para toda as categorias de pessoas, incluindo as pessoas com deficiência, idosos, jovens, entre outros (p. 2221).</p> <p>De forma complementar, Stevenson (2014) refere que as pessoas com deficiência visual são aquelas que mais beneficiam das soluções de carácter multissensorial (p.159). Neves (2010) argumenta que esta abordagem pode melhorar significativamente a experiência de todos os visitantes, incluindo aqueles com deficiências sensoriais, como pessoas cegas ou com baixa visão, e pessoas surdas ou com baixa audição [...].</p>	<p><u>Caso a resposta àquelas duas perguntas seja negativa</u>, considera, no entanto, que a comunicação multissensorial seria uma estratégia pertinente para o museu adotar, visando melhorar a experiência de todos os visitantes, especialmente daqueles com deficiências sensoriais? Prevê-se a sua implementação?</p> <p><u>Caso a resposta a ambas as perguntas seja positiva</u>, a comunicação multissensorial é uma boa estratégia para o museu implementar se visar melhorar a experiência de todos os visitantes, especialmente daqueles com deficiências sensoriais?</p>
<p>-</p>	<p><u>Se o museu tem ou já teve exposições ou programas que envolvem múltiplos sentidos</u>, qual é o papel do departamento de comunicação ou do responsável pela comunicação, na conceção dessas exposições ou programas multissensoriais? Existe alguma colaboração com a curadoria das exposições ao nível da conceção? Como é que a comunicação e a curadoria se articulam?</p>
<p>A associação Acesso Cultura (2020) sublinha que, quando um espaço cultural adota uma política de acessibilidade, é fundamental comunicá-la regularmente ao público externo.</p> <p>Garcia et al. (2017, p.84) sublinham que é "muito importante" divulgar as mostras e as atividades multissensoriais, destacando ainda, a importância do "passa-palavra".</p>	<p>O museu comunica aos públicos a dimensão multissensorial de certos projetos expositivos ou educativos?</p>
<p>-</p>	<p><u>Se sim</u>, porquê?</p> <p><u>Se não</u>, porquê?</p>

-	<u>Se sim</u> , o museu implementa estratégias de divulgação para atrair diferentes públicos para as suas exposições e programas multissensoriais? Poderia dar exemplos concretos de estratégias?
-	<u>Se sim</u> , e que estratégias de divulgação tem o museu implementado para atrair o público com deficiências sensoriais para as suas exposições e programas multissensoriais? Poderia dar exemplos concretos?
-	Considera que existe uma relação estratégica entre a função do departamento de comunicação e a comunicação multissensorial no âmbito da inclusão social no museu?
-	Considera que, ao desenvolver estratégias de comunicação para promover as exposições e programas de carácter multissensorial, o museu está a contribuir especificamente para a inclusão social de pessoas com deficiências sensoriais?
-	Pode descrever algum exemplo de uma campanha ou iniciativa em que o departamento tenha promovido a inclusão social de pessoas com deficiências sensoriais de forma significativa?
-	Como vê o futuro das práticas multissensoriais no museu? Existem planos para expandir ou inovar nesta área, particularmente no que diz respeito à inclusão de pessoas com deficiências sensoriais?
[...] que é necessário "mudar as estruturas [...] da sociedade", bem como as instituições antes que os públicos excluídos "possam participar na sociedade ou ter voz nas decisões organizacionais que os afetam" (Grunig, 2023, p.95).	De que modo é que o museu atual pode de um modo alargado contribuir para a inclusão social dos públicos excluídos. Pode dar exemplos concretos?

Tabela 12 - Guião de entrevista para os responsáveis ou colaboradores da área da comunicação.

Apêndice 10 – Transcrição da entrevista com Beatriz Saraiva e Margarida João do Museu Calouste Gulbenkian

1. Para dar início a esta entrevista, poderia falar um pouco sobre o seu percurso académico e profissional que precede o desempenho das suas atuais funções?

BS: Eu sou licenciada em História de Arte, estou a terminar o Mestrado em Museologia [...]. [...] antes de ter começado aqui no Museu Gulbenkian, passei por outras instituições culturais, como a Cinemateca Portuguesa, o Museu Arpad Szenes-Vieira Guerreiro [...]. Entrei no museu em 2018, primeiro para trabalhar no Departamento de Gestão de Coleções, era Assistente de Registrar, ou seja, era responsável pelo empréstimo de obras da coleção para fora [...] e a sua movimentação interna e, desde 2021, comecei a colaborar com o Departamento de Comunicação e Divulgação Digital.

2. O museu tem um departamento ou uma equipa de comunicação responsável pelo planeamento estratégico e divulgação das suas atividades, ou essa responsabilidade está a cargo do departamento de comunicação da Fundação?

BS: [...] Nós temos uma equipa, na qual eu pertenço, que se chama Estratégia Digital, ou seja, é responsável pelos conteúdos digitais e pela comunicação digital [...], ou seja, [...] outro tipo de conteúdos não só estritamente de comunicação, outros projetos culturais, digamos. Mas, na verdade, as nossas diretrizes e os nossos planos são sempre segundo indicações superiores do Departamento, não só de Comunicação da Fundação, como do Departamento de Marketing e Transformação Digital.

3. As relações públicas e o marketing estão integrados num único departamento ou são geridos de forma independente no museu?

BS: Na verdade, é igual, ou seja, nós respondemos sempre aos Departamentos de Comunicação e Marketing da Fundação.

4. Quais são as suas principais responsabilidades e funções no museu?

BS: É, sobretudo, lá está, a comunicação digital, portanto, tudo o que são conteúdos para o nosso website, para as nossas redes sociais, as newsletters, ou seja, tudo o que é comunicação em suportes digitais e, simultaneamente, por exemplo, o meu colega Francisco, é mais responsável pela estratégia digital, é a pessoa, o nosso pivô relativamente a projetos de natureza digital no âmbito de uma exposição temporária ou mesmo na exposição permanente. Nós também somos responsáveis, não só por essa parte da divulgação da nossa programação da nossa agenda, como pela própria criação desses outros conteúdos relacionados com o trabalho da coleção, com as próprias exposições temporárias.

5. Quais são as principais responsabilidades e funções do departamento de comunicação da Fundação?

BS: A articulação com a imprensa, por exemplo. É responsável pela comunicação geral da Fundação para fora, com os órgãos de comunicação [...].

6. O responsável pela gestão da comunicação do museu participa ativamente no planeamento e na tomada de decisões administrativas e estratégicas da organização?

BS: É um meio, sim. Toca um bocadinho naquilo que eu já disse, ou seja, [...] a Fundação tem muitos serviços e nós somos um desses serviços. A nossa comunicação, a nossa estratégia enquadra-se ou encaixa-se nesta estratégia alargada dos outros serviços e da Fundação como um todo. Nós não temos um canal independente nas nossas redes sociais, por exemplo. Nós trabalhamos no canal geral da Fundação e, portanto, [...] escolhemos de alguma forma aquilo que são os nossos conteúdos, mas [...] estamos numa grande cadeia e o foco não somos só nós, portanto, estamos sempre encaixados nesta grande estratégia alargada da Fundação e não só do museu propriamente.

7. Considera a inclusão social uma prioridade para o museu?

BS: Eu diria que sim.

8. Na sua opinião, as relações públicas podem contribuir para que o museu atinja os seus objetivos de inclusão social?

BS: Sim, claro.

9. Colabora com os outros departamentos, nomeadamente com o serviço educativo, no desenvolvimento de novas exposições, programas e eventos?

BS: [...] Na verdade, nós somos a mesma equipa. Portanto, a nossa equipa chama-se Mediação Cultural e Estratégia Digital. [...] Nós acabamos sempre por trabalhar em rede, porque temos a mesma coordenação, portanto, sim. Temos reuniões semanais.

10. Já falou um pouco sobre isto, mas poderia descrever como se processa essa colaboração, portanto, este trabalho em rede?

BS: Sim, ou seja, quando existe um plano com o objetivo de fazer uma nova exposição temporária, normalmente o processo é sempre... a ideia é aprovada, digamos, e depois começam a reunir-se as coordenações de cada setor que vão estar envolvidos neste projeto. O nosso caso, como estamos sob a mesma coordenação, o que acontece

sempre é, quando a nível da nossa coordenadora nos apresenta o projeto e quando começamos a trabalhar sobre ele, acaba por haver assim uma osmose natural porque como somos da mesma equipa há sempre [...] é fomentado de fato este cruzamento entre o que é o nosso trabalho a nível da estratégia e da divulgação e da comunicação com aquilo que são as atividades de programação e do serviço de mediação. Por isso, acabamos sempre por fazer um encontro de expectativas [...].

11. Foi realizado algum mapeamento para identificar os diferentes públicos do museu?

MR: Não necessariamente um mapeamento. Nós durante bastante tempo tivemos inquéritos de avaliação das atividades e temos, a partir das marcações que são feitas de atividades, quer seja dos grupos regulares, escolas ou, mesmo, das instituições com pessoas com deficiência, conseguimos perceber, pelos dados, que tipo de público é que temos. Se temos mais infantojuvenil, se temos mais adolescentes, se temos mais adultos, qual é a percentagem com deficiência ou sem deficiência. Esses dados, em termos de relatórios internos, nós conseguimos ter, só a partir sempre das marcações ou da venda de bilhetes. Não é bem um mapeamento, mas conseguimos ter uma amostra.

12. Quais são as principais estratégias de comunicação adotadas pelo museu para comunicar com os seus diferentes públicos?

BS: Lá está... isto acaba por tocar um bocadinho naquilo que já disse antes. Nós estamos sempre enquadrados numa estratégia superior a nós de comunicação, mas basicamente [...] os nossos canais privilegiados são, de facto, as plataformas digitais, não só, mas aquilo que nos diz respeito a nós, portanto, o nosso website, as nossas redes sociais, as nossas newsletters. Mas, a nível de estratégia, eu acho que existe uma grande preocupação, que vem do nosso setor, e da nossa coordenadora, da Inês Brandão, e acho que isso se aplica ao nível da estratégia de comunicação, que é, um trabalho apurado daquilo que é escrito, neste caso, estou a focar-me no escrito, de forma a ser acessível e perceptível por todos.

13. Já falou um pouco sobre isto, mas quais são os canais de comunicação utilizados pelo museu para comunicar com os seus diferentes públicos?

BS: Redes Sociais, website, newsletters, através da nossa *mailing list*. Depois temos outros suportes que não passam por nós, como por exemplo, a agenda impressa da Fundação, a própria Fundação tem a sua newsletter, que faz uma espécie de destaques

de atividades dos vários departamentos. Existe um desdobrável impresso, mas a parte impressa não passa por nós.

MR: Há muita publicidade em Mupis.

BS: Mas, lá está, esse tipo de materiais não passam por nós.

MR: No website, as atividades educativas estão enquadradas num outro "chapéu", digamos assim, que é o "Descobrir", que tem a sua própria responsável de comunicação e divulgação das atividades educativas. Portanto, nós, a certa altura, estávamos várias equipas de comunicação ou daqui destas áreas, alocadas a vários serviços e, portanto, temos de trabalhar também em conjunto, não só dentro da nossa equipa de museu, como depois nestes "chapéus", que são um bocadinho transversais aos vários serviços educativos como depois na Fundação propriamente dita, que também tem o seu programa ou gabinete de comunicação. Portanto, são aqui várias forças que têm de trabalhar em conjunto.

14. Quando o departamento de comunicação onde trabalha planeia e desenvolve uma nova campanha, colabora com outros departamentos, nomeadamente na criação das mensagens a serem veiculadas?

BS: Sim, [...] com o Departamento de Marketing e de Comunicação [da Fundação Calouste Gulbenkian].

15. A comunicação com os públicos ocorre diariamente?

BS: Não. [...] Como nós respondemos a esta estratégia alargada, nós não temos publicações todos os dias, ou seja, a nossa comunicação enquadra-se num cronograma que abrange todos os outros serviços. Portanto, não há uma comunicação diária, mas a comunicação depende muito daquilo que está a decorrer neste momento. Por exemplo, se tivermos uma exposição temporária do museu a acontecer na galeria principal, temos uma periodicidade de, imagine, publicações nas redes sociais superior a, por exemplo, uma exposição no piso inferior. Ou seja, dependendo do espaço que ocupam estes projetos adaptamos a estratégia e adaptamos a periodicidade da comunicação aos mesmos. Neste momento, temos a exposição "Veneza em Festa", que é assim a grande exposição de inverno da Fundação e, por isso, estamos com uma comunicação mais regular, que é bissemanal, portanto, temos [...] dois *posts* por semana relacionados. Normalmente é sempre uma estimativa porque pode haver outros eventos que têm alguma urgência. Como sabe são sempre cronogramas e planos que têm de ser sempre ajustados, mas normalmente são duas publicações por semana [...] nas nossas redes sociais relacionados com a exposição, onde crescem, como a

Margarida estava a dizer, a comunicação das atividades educativas, portanto, o que eu estou a falar desta comunicação de dois *posts* por semana, tem a ver com mediação digital, ou seja, comunicação cultural digital relacionada com os conteúdos da exposição, à qual acrescem a comunicação relacionada com a divulgação das atividades educativas ou da programação complementar, lá está, não passa por nós, é feita pela comunicação desse setor que é o "Descobrir", que agrega todas as atividades educativas dos diversos setores. Portanto, lá está, não é uma comunicação diária, mas dependendo do projeto, acaba por ocupar muito espaço durante a semana. Lá está, não é todos os dias, mas com alguma regularidade. Depois temos as newsletters que saem mensalmente. E, depois, ao nível do website, onde vamos carregando conteúdos também, mas aí são conteúdos mais trabalhosos porque têm a ver normalmente com artigos escritos por membros da equipa, seja curadores, seja especialistas convidados. Portanto, são artigos mais longos, que requerem mais tempo ao nível de edição e de trabalho do texto, envio para tradução, revisão, etc. Lá está, onde também fazemos esse trabalho no website, mas que não é uma periodicidade tão rápida, digamos, como a comunicação através das redes sociais.

16. Além das estratégias e canais de comunicação já mencionados, o museu utiliza outras estratégias e meios para comunicar diretamente com as pessoas com deficiências sensoriais?

MR: Aqui entro um bocadinho eu. Não é de uma forma tão oficial de comunicação ao nível da Fundação, não é tão pública. Eu tenho uma *mailing list*, temos de alimentar esta *mailing list* internamente com contactos das instituições e dos responsáveis pelos grupos, com o público que vai em particular aos fins-de-semana e que quer deixar o seu contacto e, portanto, nós mediante a tipologia de programação vamos canalizando a divulgação para esta *mailing list* que temos. Por exemplo, para a exposição "Veneza em Festa" foi feita uma divulgação do percurso tátil que existe e das visitas que estão agendadas também para o mesmo. Portanto, aí fomos à nossa *mailing list*, ao público que temos que pode beneficiar deste tipo que recursos e fizemos a comunicação. Isso acontece para outros dias especiais. Acontece, e agora também já acontece no âmbito do "Descobrir" e também na newsletter, nós conseguimos ter grupos de pessoas, digamos assim, porque também é possível se for ao website dizer que quer newsletter para os ciclos de conferências ou que só quer para exposições ou que quer para tudo ou para atividades educativas e, aí, conseguimos canalizar a comunicação para aqueles que estão realmente interessados.

17. Os materiais impressos, como os cartazes, folhetos e brochuras, são adaptados para atender às necessidades das pessoas com deficiência visual? Incluem, por exemplo, leitura em braille, letras em impressão aumentada, versões online acessíveis e cores com bom contraste?

MR: O nosso website é acessível, portanto, é lido pelos leitores de ecrã. Portanto, nessa parte digital, do que sei, não existem esses constrangimentos. Para pessoas com deficiência visual, a comunicação impressa não tem braille. O que nós temos, e já tivemos em alguns momentos, foi a partir do "Descobrir", fizemos uns folhetos de dupla página (uma página A3, dobrada ao meio, com braille de um lado e do outro, impresso também com letra aumentada e com contraste. Tinha uma imagem assim só em marca de água, quase que não se via, mesmo para nós, mas era para ser também apelativo [...] a quem tem baixa visão ou mesmo os normovisuais) e essa divulgação foi feita canalizada para, por exemplo, o INR [Instituto Nacional para a Reabilitação], que é nosso vizinho, para instituições que nós conhecemos [...] - APEC [Associação Promotora do Ensino dos Cegos], para todas essas que poderiam beneficiar e podiam ser os nossos também pontos de divulgação. Mas, sem ser isso, ou seja, a newsletter, que a Beatriz falou há pouco e a agenda, não é normalmente feita também em braille. O que depois temos também é os audioguias e esses tipos de software, mas isso já não é bem de comunicação, é mais de mediação.

18. Os visitantes com deficiência auditiva podem solicitar uma visita guiada com interpretação em Língua Gestual Portuguesa?

MR: Podem. Atualmente, o museu tem toda a programação de agenda em português, tem Língua Gestual Portuguesa, e aqui a programação inclui não só visitas, mas conferências e outro tipo de eventos que possam ser criados. No website, qualquer atividade que esteja para possível marcação é possível ter intérprete em Língua Gestual Portuguesa, claro que precisamos sempre de uma antecedência razoável porque nós não temos um intérprete residente e, portanto, temos sempre de contratar este serviço, mas é possível, sim.

19. O website do museu é acessível para visitantes com deficiência sensorial (invisuais e surdos)? O website está em conformidade com as Diretrizes de Acessibilidade para Conteúdo da Web (WCAG) do World Wide Web Consortium (W3C)? Qual é o nível de acessibilidade dos conteúdos escritos, bem como das imagens e vídeos disponíveis no website?

MR: Eu vou falar outra vez daquilo que sei... Eu, há pouco tempo com o Marketing, tipo há três anos, falei com o Marketing sobre estas questões porque achava que o website

não era acessível. Foi-me garantido que era acessível a pessoas com cegueira e baixa visão, desde que tenham os ditos leitores de ecrã para ler, portanto, o leitor de ecrã consegue ler todo o texto escrito que está no website. Não sei se existe acessibilidade à imagem, porque existe aquele texto alternativo, que se pode criar uma pequena descrição associada a uma imagem que, quando é lido pelo ecrã, lê também essa [imagem]. Eu não sei, eu não tenho os leitores de ecrã instalados nos meus dispositivos, e não fiz ainda o teste sobre essa parte.

BS: Eu acho que não tem [texto alternativo nas imagens]. Existe uma legenda da imagem, mas não contempla, ou seja, não é feita com esse foco. Eu acho que não [...]. Eu diria que não [...].

MR: Entretanto, para os Surdos, alguns dos vídeos que foram criados para o âmbito das exposições, por exemplo, nos "Faraós Superstar", havia na exposição, vídeos que tinham intérprete de Língua Gestual e, alguns dos vídeos, foram criados com esse propósito, mais na vertente da mediação. Se for ao Youtube, consegue ver também alguns vídeos. Mas, lá está, não é ainda em termos de comunicação. Acho que ainda não está uma identidade muito marcada. Estamos a fazer os primeiros passos. Em termos de programação, está mais do que marcada, há pelo menos há quatro anos. Mas, em termos de comunicação, estamos a dar os passos.

20. As redes sociais da Fundação estão adaptadas para garantir a acessibilidade a pessoas com deficiências sensoriais?

BS: Não tenho a certeza.

MR: Redes sociais, não faço ideia.

BS: Eu, mais uma vez, acho que não. Mas lá está [...] o que nós fazemos é fornecer os conteúdos, depois o carregamento e a forma não passa por nós, passa pelo Marketing [...]. Mas eu não lhe consigo dizer com cem por cento de certeza. Acho que não, mas tenho de confirmar.

21. Quais são os principais desafios que o museu enfrenta ao tentar comunicar eficazmente com o público com deficiências sensoriais?

MR: Eu não sou de comunicação, mas sou, às vezes, a que comunica. Eu sinto alguma dificuldade em saber como... como comunicar. De que forma é que, não na informação que eu quero transmitir, mas como é que ela pode ser mais facilmente compreendida. Eu comunico muito a partir do email, como estava a falar à bocadinha do *mailing list* e sei, por exemplo, que para o público cego e baixa visão tenho de evitar... eu faço muito

isso, que são as chamadas "informações complementares numa frase" – o abre parênteses, ou o travessão ou a barra com o/a ou os/as, [...] o plural, o feminino – sei que tenho de evitar essa parte para que seja mais facilmente compreendido porque o leitor lê tudo o que está no ecrã e, portanto, barras, pontos e alterações, vai ser tudo lido. E, portanto, já tive essa experiência e aprendizagem. Portanto, tenho esse conhecimento já e aplico. Mas, por exemplo, para público neurodivergente, que é, agora, assim, para mim, uma novidade em termos de conceito, tenho alguma dificuldade em como é que comunico [...], se o email continua a ser um canal bom ... Para pessoas com cegueira e baixa visão, por exemplo, o telefonema ainda funciona muito. O meu telefone de trabalho não é assim muito usado, mas quando há divulgação de visitas com percurso tátil, ele não para de tocar... eu, às vezes, até me esqueço do telefone [...] mas muitas das vezes é o como porque sinto que a maneira como comunico essa parte da programação ainda não sortiu os resultados que gostaria e, portanto, sinto que, por um lado, a comunicação pode não estar a sortir o efeito desejado ou a chegar sequer ao [...] não sei qual é a questão [...], se é falha de comunicação, ou se é outra estratégia ... mas sim, sobretudo o como. É o constrangimento que eu sinto mais.

BS: Eu acho que sim.

MR: E, se calhar, também... por exemplo, isto do alt text, eu já sei pelo menos há dois anos, mas sinto que como não contacto com pessoas com deficiência no meu dia-a-dia, eu contacto com o público que cá vem, na ótica do utilizador e nas necessidades do utilizador, não estou sensibilizada para quais é que são as necessidades e quais é que são os recursos existentes para dar resposta. Muitas das vezes eu desconheço quais é que são os recursos e, enquanto, pessoa também responsável por essa área aqui no museu, não conhecendo todos os recursos, também não consigo passar informação a quem os pode vir a aplicar, ou a usar. É um bocadinho mais isso.

22. Quando o museu desenvolve uma nova exposição ou programa, existe um processo prévio de consulta com os públicos relevantes para identificar as suas necessidades e desafios? Em particular, como é que essa consulta é realizada com pessoas com deficiências sensoriais e com as organizações que as representam?

MR: Bem... eu não diria que seja na preparação de uma exposição, mas nas aprendizagens das exposições anteriores. O que nós temos feito, por exemplo, ao nível dos percursos táteis, e isso é o exemplo mais pragmático que eu consigo, é [...] O primeiro percurso tátil que veio foi na exposição de "Faraós Superstar". Nós não tivemos a criação desde a raiz desse percurso. O que nós fizemos foi a tradução dos conteúdos

que tinham em francês para português. E, nessa altura, criámos um focus group... esse focus group tem estado a crescer e a acompanhar-nos exposição após exposição. E o que nós temos feito é a partir dos feedbacks, enquanto utilizadores, enquanto visitantes da exposição, que eles nos vão dando, nós aprendemos e moldamos a exposição seguinte. E é assim que nós temos estado a trabalhar. Não são instituições... este focus group não está organizado em instituições, mas temos pessoas que fazem parte de algumas instituições, como a APEC e como a Fundação [...] [Raquel e Martin Sain], uma instituição que se foca sobretudo no ensino [...] de pessoas cegas, portanto, são pessoas que cegaram e que estão a aprender a ler braille ou a orientar-se no espaço com o podotáctil ou a explorar outro tipo de recurso... a viver, não é ... manter a vida autónoma. Portanto, pelo menos estas duas. Mas depois temos pessoas que estão ou no INR ou que trabalham aqui nas redondezas que souberam da divulgação e que vêm. E, portanto, é um bocadinho mais assim que nós trabalhamos. É a partir deste focus group e muito centrados nas pessoas com cegueira e baixa visão. Todas as outras aprendizagens que temos andado a fazer, é muito em contacto direto com os públicos que vêm às atividades para grupos organizados, portanto, professores técnicos e os seus grupos de diferentes instituições. Instituições que vão, por um lado, dando pistas para a nova programação, que nós tentamos sempre fazer programação com base nas necessidades dos públicos, que nos procuram. Mas também depois em alguns constrangimentos que a vinda deles possa [...], constrangimentos para eles, não para nós, que [...]. Por exemplo, no antigo CAM, houve uma altura em que [veio] um grupo com paralisia que precisava de ir à casa de banho e precisavam de ter o muda-fraldas que desse para adultos. Nós tivemos de criar. Soubemos disto com antecedência e tivemos de criar esse ambiente porque não existia. Portanto, é aí que eu estou a querer chegar [...] É com essas necessidades dos públicos que nós vamos aprendendo e melhorando práticas, sobretudo.

23. Além da consulta, o museu já adotou outros métodos para investigar os problemas e desafios enfrentados por pessoas com deficiências sensoriais? Quais foram esses métodos?

MR: [...] Sim, nós pedimos à APEC para vir cá e para trabalhar connosco. A APEC é a Associação Portuguesa de Ensino dos Cegos. Trabalhámos também diretamente com o INR, que tem também bastante conhecimento, e tivemos de trabalhar com eles e inclusivamente com APS [Associação Portuguesa de Surdos], [...] com quem criámos mesmo uma parceria [...], antes da pandemia, em 2018/2019. Isso é feito, mas de uma forma com mais resultados, na minha opinião, foi feita a partir do focus group.

24. Considera que a colaboração com influenciadores digitais com deficiência pode ser uma estratégia eficaz para os museus, servindo como forma de consulta, dada a sua experiência e entendimento das necessidades das pessoas com deficiências?

BS: Eu diria que sim. [...] É muito engraçado, nem nunca sequer tinha pensado nisso, mas, olhando àquilo que é a realidade, não é, que estas pessoas têm... esta nova profissão... a profissão do século tem naquilo que é a comunicação e no alcance das instituições, das marcas, etc... e, na verdade, aqui seria um alcance muito mais, ou seja, quando nós vemos um trabalho de um influencer temos sempre o foco do comercial, não é, de uma forma ou de outra, que é o atrair o público que segue aquela pessoa e, neste caso, não tinha nada de comercial, não é... é uma missão muito mais pedagoga, digamos, não querendo estar aqui a usar termos paternalistas, mas muito mais altruísta e muito mais filantrópica que, na verdade, se liga bastante com aquilo que é a missão da nossa Fundação. Portanto, eu diria que sim.

25. Está familiarizado com o conceito de comunicação multissensorial, especialmente no contexto museológico?

BS: Não... ou melhor... desculpe... seria injusto à minha colega Margarida dizer isto, ou seja, como é que eu vou explicar... é como a Margarida estava a dizer... nós, na nossa programação e na nossa atividade enquanto museu, temos tido uma grande preocupação de atividades e inclusão a nível da mediação deste tipo de públicos, mas, na verdade, na comunicação acaba, se calhar, por não ser uma prioridade, porque também, lá está... era o que a Margarida estava a dizer como não convivemos no nosso dia-a-dia, se calhar com o público ou com pessoas que pudessem ter esse tipo de [...] características, acho que acabamos, se calhar, por ter um foco ou ter um trabalho muito mais desenvolvido a nível das nossas atividades e da nossa programação do que propriamente da nossa comunicação. Mas, se pensarmos na mediação como uma forma de comunicação, que o é, no espaço de uma exposição permanente, então claro que sim, porque tem havido, de facto, essa preocupação de criar essa acessibilidade através das estações táteis, preocupação com a [...] interpretação em Língua Gestual Portuguesa. Portanto, claro que sim. A nível do que é só comunicação, é que acho que acabamos por estar mais, não ter um foco tão grande.

26. O museu tem atualmente exposições ou programas que permitam aos visitantes explorar as coleções através de múltiplos sentidos, como o tato, o olfato ou o paladar?

MR: Agora com a [exposição] "Veneza em festa", sim. O percurso tátil é um percurso que se pode tocar. São sete estações, que têm representações ou materiais 3D e, depois, têm um QR Code que remete para uma audiodescrição com sonoplastia. Portanto, aqui temos vários sentidos a serem trabalhados. Todos eles com cor, com textura e com a componente sonora. Eu, costumo dizer que o percurso tátil não é só [para] cegos e para baixa visão, é para todos os públicos e, portanto, acho que cada vez mais estamos a conseguir isso. Queria só fazer um extra ao que a Beatriz estava a dizer que é, nós estamos, no museu, com esta identidade das questões para as pessoas cegas e para as pessoas surdas, mas há vinte anos, ainda não estava cá... já desse tempo que já se faz programação para públicos com deficiência e doença mental. [...] Eu sei que nós depois vamos fazer essa entrevista, mas é programação que, na ótica da mediação, enquanto comunicação, já tem sido feita há imenso tempo... E que nesse âmbito já foram criados bastantes, ou seja, o nosso ponto de partida, quando eu disse a exposição dos "Faraós Superstar" com os percursos táteis, na verdade, não estava a ser correta, porque quando nós tivemos, pela primeira vez, um grupo a vir, com cegueira e baixa visão a uma atividade programada, nós sentimos a necessidade de criar os recursos... está bem... se calhar não tão bonitos para se expor numa exposição. Mas, para servir o propósito da acessibilidade e da participação livre e autónoma numa atividade e, portanto, a aprendizagem veio a partir daí, do mais rudimentar para o mais completo e que nos satisfaz mais.

27. O museu já ofereceu no passado exposições ou programas com características semelhantes?

MR: Sim, no museu, as últimas três exposições temporárias tiveram [...] A exposição dos "Faraós Superstar" tinha cinco estações táteis com texto ampliado e não tinha audiodescrição [...]. Nós é que criamos o percurso mediado a partir dessas estações. Levámos também material 3D que tínhamos no serviço educativo. Depois, a exposição do "Tesouro dos Reis", que veio o ano a seguir, já teve também outro percurso tátil, também com texto ampliado, com guiões com audiodescrição que não estavam disponíveis por QR Code, mas que eram também aplicados durante as visitas guiadas e agora "Veneza em Festa" também, com audiodescrição, mas já numa componente disponível sempre numa vinda à exposição. Fora do museu e em grande escala da Fundação, sei, por exemplo, da exposição "Ver com Outros Olhos", que foi feita no piso menos um da sede e que era uma [...] exposição de fotografia feita por pessoas cegas e com baixa visão e que tinha os dispositivos táteis com audiodescrição que eram acionados ao toque. Nós tínhamos headphones e usávamos os headphones, também com podotáctil e, portanto, era uma exposição super inclusiva, também.

28. A comunicação multissensorial é uma boa estratégia para o museu implementar se visar melhorar a experiência de todos os visitantes, especialmente daqueles com deficiências sensoriais?

MR: Sim, a Beatriz está a dizer "sim" com a cabeça. Eu estou a dizer "sim" com a boca, só para ficar registado. Sim. Eu, enquanto pessoa mais ligada com a parte das acessibilidades, acho mesmo que o que é feito para pessoas com deficiência é largamente enriquecedor para todos os outros públicos, portanto, diria que sim com as máximas certezas.

BS: Não sei se é a altura certa para falar disto, mas [...] Nós, neste momento estamos a trabalhar, a reformular o nosso audioguia. Foi um dos nossos objetivos à partida de incluir a audiodescrição para que o audioguia [...] tenha estas vertentes. Na verdade, é um áudio guia mais diverso... é mais do que um audioguia e essas várias valências que terá incluem, desde o primeiro momento, está contemplada, desde o primeiro momento, ter audiodescrição e também sonoplastia. [...].

MR: Ainda pensámos em ter vídeo, mas isso vai depender muito do tipo de dispositivo ou de software que o audioguia terá. Isso vai depender de outros parâmetros [...] Mas sim, estamos a pensar criar este recurso à partida de forma a incluir os públicos que estamos a falar aqui.

29. Qual é o papel do departamento de comunicação ou do responsável pela comunicação, na conceção dessas exposições ou programas multissensoriais? Existe alguma colaboração com a curadoria das exposições ao nível da conceção? Como é que a comunicação e a curadoria se articulam?

BS: Eu acho que acaba por ser aquilo o que já falamos há pouco, ou seja, quando o projeto começa a ser pensado, existe uma reunião dos coordenadores dos diversos setores, que trabalham em conjunto para concretizar estas ideias e para apresentar estas propostas. E, lá está, no nosso caso, acaba por, a Inês Fialho Brandão, que é coordenadora do setor, acaba por responder a estas duas partes, ou seja, portanto, a mediação, como a comunicação e, portanto, sim, claro, existe um cruzamento entre a curadoria e a comunicação, a mediação neste caso. Normalmente, desde o primeiro momento. Ou seja, há essa preocupação por chamar as pessoas para o momento da conceção da exposição.

30. O museu comunica aos públicos a dimensão multissensorial de certos projetos expositivos ou educativos?

BS: Sim, nós, por exemplo, [...] desde a exposição dos "Faraós Superstars", naquilo que é o nosso plano [...] e, para além da comunicação que é feita das atividades das visitas táteis que não passam por nós, lá está, passam pelo departamento o "Descobrir", aquilo que é o nosso plano de redes. Por exemplo, nós contemplamos sempre *posts* específicos só para falar das questões da comunicação, não da comunicação multissensorial no *post* em si, mas sempre para divulgar das estações táteis [...] dos recursos que existem no espaço da exposição.

31. Porquê?

BS: Porque eu acho que é muito importante que todo o público saiba que nós estamos preocupados com estas questões e que está a acontecer este trabalho, ou seja, não só chegar às pessoas que podem usufruir destes recursos, destas visitas e destes materiais em sala, mas também acho que nós dedicamos a nossa comunicação especificamente a isto mostra a importância que damos a este tipo de iniciativas. E, portanto, essa preocupação existe desde o primeiro momento quando definimos a nossa estratégia de comunicação para os projetos.

32. O museu implementa estratégias de divulgação para atrair diferentes públicos para as suas exposições e programas multissensoriais? Poderia dar exemplos concretos de estratégias?

BS: Eu acho que específicas diria que não, pois não? Acho que se inclui na nossa estratégia. Lá está, como a Margarida diz, a Margarida tem feito esse trabalho de construir uma *mailing list* mais direcionada [...] temos essa preocupação, mas acaba por se encaixar naquilo que é a nossa estratégia geral.

33. E que estratégias de divulgação tem o museu implementado para atrair o público com deficiências sensoriais para as suas exposições e programas multissensoriais? Poderia dar exemplos concretos?

MR: Não, não há uma comunicação, ou seja, eu quando faço esta divulgação, na verdade é um reforço da comunicação, parte sempre da comunicação pré-existente para poder enviar ao público-alvo. Mas não existe mais nada para além disto. Ou melhor, não existe nada específico para além disto. Tudo o resto é comunicação geral para todos os públicos. Não há aqui segmentação.

34. Considera que existe uma relação estratégica entre a função do departamento de comunicação e a comunicação multissensorial no âmbito da inclusão social no museu?

MR: Eu acho que acaba por tocar naquilo que já dissemos antes, ou seja, essa estratégia acaba por ser a nossa estratégia geral de comunicação. [...] Havendo a preocupação destas identidades no museu... identidades de trabalho no museu... e estas vontades de chegar a públicos diversificados, a maneira como nós trabalharmos vai transpor isso, não é, vai mostrar isso e, portanto, mesmo que seja uma comunicação generalizada, tem essas preocupações sempre inerentes.

35. Considera que, ao desenvolver estratégias de comunicação para promover as exposições e programas de carácter multissensorial, o museu está a contribuir especificamente para a inclusão social de pessoas com deficiências sensoriais?

BS: Claro, claro que sim. Lá está, como pode perceber, é um trabalho que ainda está por fazer... mas claro. [...] Ou está a ser trabalhado. Estas prioridades existem definitivamente no nosso trabalho. [...] Há pouco, estava a pensar naquilo que a Margarida estava a dizer, porque já há vinte anos que isto está a ser feito na Fundação, [...] no Centrinho. O que eu acho é que o que nos coloca estas questões é o digital... vem-nos colocar estas questões, não é? Ou seja, acho que provavelmente há vinte anos o foco, e espero não estar a cometer uma falácia, o foco era. Ou seja, eu acho que a questão da comunicação multissensorial, puramente comunicação, acho que surge muito também a partir do momento em que existem mais canais e mais formas de comunicar. O digital vem-nos trazer isso, não é? Um mar de possibilidades, mas também o sentirmos que, como é possível fazer tanto ou fazer muita coisa, que nós não estamos a fazer o suficiente, digamos. Mas, ainda bem que vivemos num tempo que isto existe e nos permite fazer isso e definitivamente é uma das nossas preocupações e que estão a ser trabalhadas.

36. Pode descrever algum exemplo de uma campanha ou iniciativa em que o departamento tenha promovido a inclusão social de pessoas com deficiências sensoriais de forma significativa?

MR: [...] Houve uma altura, com o "Descobrir", que tivemos aqueles dias específicos da Compal [...]. Houve convidados para falar, houve até umas reportagens, mas não me recordo se as pessoas que foram convidadas tinham ou não deficiência. Essa parte eu não me lembro. Em termos da grande escala da Fundação, sei que existem algumas parcerias, por exemplo, com a Access Lab, que tem os seus canais de divulgação e que têm, inclusivamente, vídeos com pessoas a divulgar os eventos em Língua Gestual Portuguesa. No museu, nós trabalhamos com a [...] que também faz esse tipo de comunicação para o público-alvo, neste caso os surdos. Mas, em termos de campanhas,

não me estou a lembrar de nada. [...] No museu, não me estou a lembrar de nada [...] Campanha, para mim, é público, mais alargado.

37. Como vê o futuro das práticas multissensoriais no museu? Existem planos para expandir ou inovar nesta área, particularmente no que diz respeito à inclusão de pessoas com deficiências sensoriais?

MR: Sim, a ideia é sempre expandir... nós estamos cada vez mais em contacto com uma maior diversidade de públicos, e querendo trabalhar com todos, e aqui um todos realista, com as suas condicionantes, é mesmo necessário estarmos a pensar em várias formas de comunicar. Como nós temos estado a mostrar, isto é um trabalho que se vai fazendo. Eu não acredito que se consiga fazer inclusão verdadeiramente dita de um dia para o outro. É um caminho. Não sei se um dia vamos chegar à inclusão propriamente dita... não acho que estejamos lá. Lá está, a sociedade, não é necessariamente a Fundação. Mas, sim, como é obvio, o objetivo é chegar sempre a mais, e alargar e diversificar cada vez mais. E acho que a Fundação também tem mostrado, e o museu, em particular, tem mostrado essa vontade. Isso é só continuar o caminho. Claro que sim.

38. De que modo é que o museu atual pode de um modo alargado contribuir para a inclusão social dos públicos excluídos. Pode dar exemplos concretos?

MR: Nós temos trabalhado na área mais da mediação bastante os públicos excluídos... É um bocado esquisito falar de públicos excluídos, mas, por exemplo, há projetos participativos, há toda esta programação que eu estava a falar que é acessível, que é gratuita, por exemplo [...], temos projetos, por exemplo, com os vizinhos... o projeto "Entre Vizinhos" e que veem as instituições aqui do nosso quilometro quadrado, que vem fazer atividades ao museu... os hospitais... Portanto, isto são programações que já começam a ser transversais aos outros serviços educativos da Fundação. E não é de agora. Também já é um trabalho que tem sido feito em larga escala, já há bastantes anos. Portanto, claro que queremos continuar e sempre a chegar a mais e mais. Em termos da Fundação, também tenho andando a ver, por exemplo, a programação do Jazz em Agosto ou dos Jardins de Verão, que também já começa a ser uma programação um bocadinho mais diversificada. Eu acho que vai chegando a públicos que não estavam habituados a vir à Fundação.

BS: Por exemplo, nós temos agora uma iniciativa... No Dia Internacional dos Museus, em que o dia encerrou com uma festa no jardim e era a "Silent Party", ou seja, cada pessoa tinha os seus auscultadores, que tinham dois canais e podiam escolher que música é que estavam a ouvir. Havia um DJ, mas, portanto, era muito engraçado porque

também para não causar problemas na vizinhança, a nível de ruído, era uma "Silent Party", lá está, porque toda a gente ouvia através dos headphones. E existia uma iniciativa muitíssimo importante [...] com a Access Lab, que tinha os coletes sensoriais que, lá está, qualquer pessoa podia experimentar e eu acho que foi importantíssimo. Eu experimentei e fiquei genuinamente comovida por perceber que podemos chegar a todos, não é? [...] E notei que houve mesmo muitas pessoas a experimentarem [...], curioso de perceber, à partida, como é que alguém que não ouve pode estar numa festa que uma festa tem sempre música? Portanto, parece uma coisa que é contraditória, mas que deixa de ser através exatamente destas iniciativas de inclusão. E, portanto, claramente, lá está, é uma forma de incluir. De incluir estes públicos e que, lá está, cada vez mais é ponte assente que é inerente às nossas funções. Ou seja, esta preocupação está cada vez mais colada e enraizada nos nossos projetos.

MR: E, às vezes não é assim tão visível. Estava-me a lembrar, nós tivemos aqui a "Silent Party", sim, mas, por exemplo, nos concertos, quando há os concertos comentados, nós já começamos a ter público sénior a vir. Não é só as escolas. E existe a preocupação de colocar as pessoas que podem ouvir menos bem junto aos "baixos" (contrabaixos, violoncelos). São sons mais graves e, portanto, trazem outro tipo de vibração, mais perceptível não só com os ouvidos, mas com o resto do corpo. Portanto, isso não é uma coisa que nós consigamos ver, não é. Quem não sabe que essa é a nossa preocupação não consegue ver, mas existe.

BS: Não querendo ir em contra corrente ao âmbito da entrevista, mas é uma coisa que eu não sei até que ponto em que vamos comunicá-la, não é? Nós não podemos dizer: "venham, porque as pessoas que não ouvem bem vão ficar mais perto para ouvir"... não. Se calhar acaba por ser também... acaba por vir da própria natureza das nossas atividades, não é? Elas já são construídas dessa forma. Não é comunicar a dizer que isto vai acontecer, é comunicar a dizer que todos podem vir e que todos podem vir, passa pelo público saber que podem, de facto, vir que as suas necessidades estão garantidas. E temos outro exemplo, que estava agora a lembrar-me... quando temos qualquer tipo de masterclasse, workshop, etc., que requeira inscrição, no formulário de inscrição incluímos sempre campos sobre as necessidades várias. A nossa preocupação é de facto, a quem se inscreva, nunca olhe e pense assim: "Eu não vou poder ir, por causa de x, y ou z." [...] Nesse formulário, colocamos sempre um campo relativamente a essas necessidades, para as pessoas poderem, à vontade, explicitarem e saberem que as suas necessidades serão sempre atendidas.

Apêndice 11 – Transcrição da entrevista com Margarida João do Museu Calouste Gulbenkian

1. Para dar início a esta entrevista, poderia falar um pouco sobre o seu percurso académico e profissional que precede o desempenho das suas atuais funções?

MR: Sim. Eu tenho uma Licenciatura em Educação Básica. Depois, tenho um Mestrado em [Ensino] Pré-escolar e 1º Ciclo. E, depois, fiz um segundo Mestrado em Educação Especial. Este segundo Mestrado já cá estava a trabalhar. Comecei a trabalhar como um estágio. Não sou do quadro, sou trabalhadora externa, mas já estou cá há algum tempo.

2. Como descreve o papel e as funções dos museus na sociedade atual?

MR: Eu acredito que os museus têm aqui um papel muito grande de relação com as pessoas, qualquer pessoa, e acredito mesmo que qualquer pessoa que entra num museu, consegue relacionar-se com o que lá estiver, sejam obras de arte como é o nosso caso como objetos, como, sei lá, vídeos, outra coisa qualquer. E é um museu que tem esta função de criar as relações entre os seus objetos, os seus conteúdos vários, conceitos, toda a parte mais teórica relacionada com a população e a comunidade que esteja, que seja alvo de participação e de alguma forma potenciar as relações. Neste momento, o que eu sinto, enquanto visitante de museus, é que ainda há muitos onde eu sinto que não faço parte ou porque as coisas não estão claras ou porque eu não percebo nada daquele assunto e chego e continuo a não perceber nada daquele assunto. Mas, acredito que seja um caminho que se vai fazendo e, portanto, os museus estão cada vez mais disponíveis para pensar nestas questões da relação com o público e para fortalecer muito as suas funções também. Não é só mostrar um espólio, não é só aqui uma relação de cultura e de preservar a cultura, é mais do que isso e estou a ver cada vez mais os museus a ir além disso e gosto bastante de ver isso.

3. A seu ver, como definiria a inclusão social no âmbito dos museus?

MR: A inclusão social pode ser feita a vários níveis, não é? Eu trabalho na parte das acessibilidades, mas, muitas das vezes, pode ser feita e é muito conotada para o trabalho com as franjas, não é, como se diz muitas das vezes. Eu estou a dizer as franjas, entre aspas, mas é todas aquelas populações que poderão ser consideradas mais desfavorecidas ou porque são desfavorecidas ao nível financeiro, ao nível cultural, porque são alvo de racismo, de discriminação ou porque têm uma deficiência e não conseguem facilmente participar na cultura e nas atividades dos museus. Portanto, sinto que os museus, um bocadinho a reboque da resposta anterior, podem sair do entre parênteses para ir aos bairros, para ir às associações, para ir às comunidades destas

ditas franjas. E aqui podemos colocar também as prisões, os centros de dia, os lares de acolhimento. Pronto, agora imagina as franjas com todo o seu potencial. E, portanto, eu acho que, por um lado, os museus têm a responsabilidade de sair e de se aproximarem dessas pessoas e, por outro lado, devem preparar os seus espaços para acolher essas pessoas. E acho que deve ser um bocadinho por esta ordem, porque nós historicamente temos uma cultura de que os museus são para os entendidos em arte ou em arqueologia. E, portanto, se não és entendido, não fazes parte, então tem de ser o museu a mostrar que as pessoas fazem parte. É o museu que tem de comunicar e que tem de se aproximar das pessoas nesse sentido. E claro que faz todo o sentido trabalhar a inclusão social. Aqui na Fundação, [a Beneficência] é um dos princípios, um dos pilares de trabalho. Portanto, é a Educação, a Ciência, a Arte e a Beneficência. E, portanto, está mais do que escarrapachado, desculpa a expressão, esta necessidade e esta vontade de trabalhar a inclusão social.

4. Considera a inclusão social uma prioridade para o museu?

MR: Sim, completamente.

5. Dentro do museu, quem é responsável pela área da inclusão social? Existe uma equipa dedicada a esta questão?

MR: Nós no museu temos um serviço de mediação e estratégia digital, que, na verdade, uma parte da equipa é do serviço educativo e a outra parte é de comunicação e estratégia digital. A Beatriz é da parte da comunicação, eu sou da parte do serviço educativo. Eu, atualmente, sou a pessoa responsável pela questão das acessibilidades e da inclusão da programação mais acessível, por assim dizer. Mas, por exemplo, o Ricardo, o meu colega também do serviço educativo, e a Diana, têm projetos que têm desenvolvido também para esta questão da inclusão social. A Diana, por exemplo, tem trabalhado um projeto que se chama "Entre Vizinhos", que começou originalmente com um projeto de quilómetro quadrado com as entidades do quilómetro quadrado, vizinhos aqui da Fundação, em que eles vinham à Fundação... Faz-se um ciclo de atividades e são, portanto, público sénior que começa a vir. Esse projeto, entretanto, já chegou a grupos com demência, por exemplo, e já temos também um ciclo de programação só para demência, que agora já sou eu a coordenar, mas começou com ela. O Ricardo, por exemplo, tem programação agora com a Rede de Bibliotecas Escolares, portanto, chega a escolas que nunca na vida chegariam aqui ou porque estão no norte do país e por várias razões, não conseguem vir ao nosso museu presencialmente ou aquelas escolas que estão com um público mais desfavorecido ou mais nestas franjas ou mais de cariz de necessitar mais de trabalho de inclusão social e, portanto, tem este projeto das

Redes de Bibliotecas Escolares. E depois tem um outro que se chama "Museus nos Hospitais", em que quer em atividades zoom ou presenciais, nós, nós equipa educativa e mediação, vamos aos hospitais, às escolas dos hospitais, são quatro, se não me engano, a fazer atividades que levam o museu fora de portas. Lá está, a trabalhar com estes miúdos. Pronto, depois, eu estou mais aqui no museu, no trabalho do museu e estou mais responsável pela programação propriamente dita para os grupos organizados. E aqui pode ser qualquer tipo de grupo, mas já começa a dar alguns passos nas acessibilidades físicas do próprio museu. De há quatro anos para cá, temos andado a desenvolver percursos táteis nas exposições temporárias que o museu vai desenvolvendo, são as chamadas exposições de inverno.

6. Como é que o serviço educativo se articula com o serviço de mediação e estratégia digital? Como é que o serviço educativo do museu procura promover a inclusão social?

MR: Temos várias maneiras de nos articularmos. Na programação para grupos organizados, que nós chamamos as Escolas, nós temos um dia, que é logo no início de outubro, finais de setembro, que é o "Dia de Encontro de Professores". Mas, na verdade, qualquer pessoa que trabalha com grupos pode vir, não precisa de ser necessariamente um professor e nós temos nessa manhã ou nesse dia inteiro uma oferta de amostras da nossa nova programação. É gratuito, as pessoas inscrevem-se. É só adultos, não é, estamos cá todos. Mas estamos a pensar nos grupos que temos e então o que nós temos para oferecer são meta-visitas ou meta-oficinas para que as pessoas percebam qual é que é a nossa metodologia de trabalho, quais é que são os pontos de contato em termos de temáticas, de conceitos, de relação com o currículo escolar ou outras questões que podem estar associadas ao plano anual de atividades, ao projeto educativo ou semelhante nas instituições. Então é neste dia que o público vai conhecer, em primeira mão, a nova temporada. Depois, temos aqui no museu... nós estamos organizados com um grande chapéu que é o "Descobrir" e que é responsável por fazer a comunicação e a marcação de todas as atividades educativas e, portanto, aqui também temos uma grande organização que envia as newsletters e comunicações sobre o que nós andamos a fazer. Em termos de Fundação, é assim um bocadinho mais lato.. Mas vou agora tratar para o museu. Temos a Beatriz e o Francisco que se articulam com a equipa de marketing e de comunicação geral da Fundação e, depois eu, por exemplo, tenho os meus contactos. A Diana tem os dela e o Ricardo tem os dele, assim de *mailing list*, aquelas relações já quase de amigos que nós fazemos e que sempre que há uma programação específica ou alguma coisa que queremos testar, é por esta

mailing list mais pessoal de cada um que vamos fazendo a disseminação da informação. Portanto, temos aqui várias camadas de... basicamente é assim.

7. Quais são os grupos que enfrentam maiores desafios no acesso ao museu? Quais são as barreiras que podem estar a contribuir para a sua exclusão?

MR: Assim à primeira vista, nós temos um trabalho já bastante, não é sedimentado, mas já em grande andamento, que é o trabalho com as instituições, portanto, grupos que vêm por marcação e que fazem atividades. Nesse âmbito, o grupo com mais dificuldade em vir são aquelas pessoas que têm maior comprometimento, seja ele cognitivo ou físico. Aqui o cognitivo pode afetar sobretudo a comunicação, a compreensão de enunciados, pode aqui ser bastante diversa, mas é mais difícil essas pessoas sentirem que podem vir ao museu e é mais difícil para nós termos uma larga equipa. Temos duas ou três pessoas preparadas para receber estas pessoas e para trabalhar com elas, mas estamos a trabalhar também nesse desenvolvimento de metodologias e de recursos para estas pessoas. Depois, o que nós gostaríamos era que o público viesse autonomamente. Na coleção permanente, ainda existem algumas fragilidades. Primeiro, porque é para pessoas que veem. Não existe, na coleção permanente, nenhum recurso que permite a uma pessoa fazer a passagem pelas salas do museu e perceber o que é que lá está, mesmo que venha com acompanhante, a não ser que o acompanhante vá falando. Mas, mesmo assim, nós não temos na coleção permanente, texto de parede. Quer dizer, temos alguns por núcleos, mas nem sempre são perceptíveis, porque fica à responsabilidade, normalmente, dos conservadores, que têm trabalhado nas acessibilidades dos textos, mas que, pronto, é um caminho que tem de ser percorrido e até mesmo as tabelas das obras de arte dizem muito pouco sobre o que lá está. Dizem o nome da obra que, muitas das vezes, é o que já foi dado há muito tempo ou é o que se acha sobre o que se tem investigado sobre a peça, mas é o nome, é o nome do artista, os materiais em que são feitos, as medidas e o número de inventário. Portanto, com estas informações é difícil o público também saber muito sobre o que está a ver. Portanto, assim, à primeira vista, já fui a vários públicos, não é? Mas é aqui o público cego, na minha opinião. Os outros vão conseguindo estar presentes na programação que vamos fazendo. Nós não temos programação de agenda, portanto, para pessoas que vêm autonomamente, não enquadrados num grupo, nós não temos programação específica para públicos com deficiência, mas sabemos que, por exemplo, os miúdos que tiveram na Rede Bibliotecas, vêm com as suas famílias. Que muito pontualmente, alguns miúdos e pessoas mais adultas que têm deficiência acabam por vir com as suas famílias, mas depois os encontros e desencontros são alguns porque a programação não está pensada para estas pessoas, não é? Portanto, ou vêm para programação para

famílias, que é para um público mais infantojuvenil. E, portanto, a comunicação pode ser um bocadinho mais infantilizada, não é "bebezada", não é com aquelas características que nós reconhecemos do "bebezado". Nós não vamos por aí na nossa programação, mas, às vezes, pode ficar ali um bocadinho aquém das expectativas de um público adulto que venha a uma atividade de famílias. E, depois, as crianças, quando vêm a um programa de jovens adultos, também não vão perceber tudo porque a comunicação já é feita noutra nível e, portanto, há aqui um desfasamento, mas está a ser tudo muito ponderado e pensado para o futuro ser diferente.

8. Que iniciativas e programas o serviço educativo tem desenvolvido para facilitar ou ampliar o acesso a pessoas com deficiência visual?

MR: Sim, nós de há três anos para cá, estamos a desenvolver percursos táteis. Começámos em 2022 com a exposição dos "Faraós Superstar", que já vinha com um percurso tátil. Portanto, nós aqui o que fizemos foi a tradução dos conteúdos escritos, que estava em francês, passaram para português. Depois tivemos uma outra exposição, que se chamava "O Tesouro dos Reis. Obras-primas do Terra *Sancta Museum*", em 2023. Aí já tivemos autoria total do percurso, portanto, trabalhamos com uma empresa que era a Logos Acesso, que também trabalha estas questões das acessibilidades, e escolhemos as peças que queríamos trabalhar. Foram peças de destaque e que permitiram contar a narrativa geral da exposição. A exposição tinha vários núcleos e nós conseguimos, em cinco estações táteis, fazer essa narrativa. Eram materiais, não sei se tu estás familiarizada com os termos, mas eram as representações táteis que são linhas, pontos e manchas de área. E, depois, tinha uma tabela alargada e tinha a legenda. E depois a Logos Acesso trabalhou connosco também a construção de guiões de audiodescrição que nós não disponibilizávamos na íntegra. O que nós fazíamos era adaptar o discurso da audiodescrição ao discurso de mediação e, portanto, aqui havia uma relação muito fluída e muito pouco reconhecida para quem não conseguisse identificar no discurso do mediador que fazia as visitas. Agora temos ainda em exposição o percurso de Veneza, "Veneza em Festa". Este percurso já conta com sete estações, se não estou em erro. E aqui já temos um percurso bastante mais diversificado ao nível dos materiais. Temos representações táteis também de pinturas, sobretudo. Depois temos um mapa tátil, que não é bem linhas e pontos. Tens um plano que é a Terra, e um plano que é o mar e consegues perceber que Veneza é um conjunto de ilhas, digamos assim, e tem lá dois edifícios em três dimensões. E depois temos outras estações com recurso a materiais em três dimensões ou a dois e meio, que é aquilo que nós consideramos cortar um objeto ao meio e ficar o volume todo apoiado numa base, e então temos uma maquete da praça de São Marcos, à semelhança da

pintura que lá está. Temos uma Ponte Rialto também com base na pintura, mas que remete para a que está no mapa na entrada e temos os dois e meio que é o Bucentauro, cortado ao meio e alguns elementos de destaque do mesmo Bucentauro para se perceber o detalhe e a complexidade deste objeto. Então é uma estação que tem quatro elementos, mas que é o barco cortado ao meio e depois a vista de cima com os remos, um género de coroa que enquadrava uma zona do Bucentauro e depois o leão ao lado, que está na proa do barco e é símbolo de São Marcos. E, portanto, também está lá. Ainda temos uma gravura que tem um, quase como se fosse um estudo de uma possível matriz, para que o público possa perceber como é que foi feita a técnica. Portanto, estamos a começar a investir também nesta vontade de mostrar como é que são feitas as obras de arte e aqui levámos a matriz da gravura para sobrepor à representação tátil da gravura propriamente dita e assim mimetizar um bocadinho a técnica. Estas estações táteis têm também outra novidade, que é o recurso de audiodescrição com sonoplastia. Esta exposição tem sonoplastia. Foi ideia de a conservadora ter a sonoplastia. Portanto, nós quisemos ter sonoplastia também na audiodescrição. A sonoplastia da audiodescrição são composições musicais. Da exposição são sons de gaivotas, de água e dos sinos do campanário e de pessoas, se não me engano, a falar para dar esta ideia de festa. E estas audiodescrições nas estações táteis estão disponíveis por *QR Code*, que depois remete para um website.

9. Que iniciativas e programas o serviço educativo tem desenvolvido para facilitar ou ampliar o acesso a pessoas com deficiência auditiva?

MR: Nós, atualmente, temos a programação da agenda, que tem toda Língua Gestual Portuguesa. O "toda" é, diga-se, tudo o que é em português. Todas as visitas para adultos, tem Língua Gestual Portuguesa e começamos a ver adesão do público, o que é bom. Não é em todas as visitas, se calhar também estamos aqui num desencontro, de realidades, porque nós estamos a querer a... A identidade do museu... a disponibilizar o recurso de audiodescrição em qualquer visita para que qualquer pessoa possa vir a qualquer hora, a qualquer dia e não tenha de ver quando é que há disponível Língua Gestual. Mas o que é certo é que o público surdo... Não existem tantas pessoas surdas como pessoas ouvintes e, portanto, nós, se calhar estamos a programar para os surdos mais do que a capacidade de eles ocuparem as datas todas, digamos assim. Mas têm surtido bastante resultado. Nós estamos muito satisfeitos com esta linha de identidade do museu de ter esta oferta em tudo, sendo que, por exemplo, nas atividades por marcação é possível pedir um intérprete, ou seja, aí não temos um intérprete sempre. Nós não temos intérpretes residentes aqui na Fundação, mas é possível marcar uma visita e pedir um intérprete, desde que a marcação seja feita com alguma

antecedência, porque temos de agilizar a disponibilidade do intérprete. Em termos de Instituição, da Fundação [...] é interessante ver que de há uns anos para cá começa a ser uma identidade da Fundação que, por exemplo, conferências, colóquios, entrega de prémios, e outros eventos assim para um volume grande de pessoas, já começa também a ter intérprete... que nós organizemos, porque nós reservamos salas para outros, para outras programações externas, e aí nós não obrigamos a haver um intérprete, mas nas que nós organizamos, a esmagadora maioria tem intérprete de Língua Gestual, inclusivamente, performances de dança e outras apresentações assim mais artísticas, desde que tenha texto, há intérprete. Portanto, é muito interessante ver este este trabalho a crescer.

10. Já se falou um pouco sobre isto, mas quando o museu cria um programa destinado ao público geral (que inclui pessoas com deficiências sensoriais) são disponibilizadas várias opções de datas e horários?

MR: Sim. Qualquer programação tem mais do que uma data de realização, a não ser que seja uma conferência ou assim uma coisa mais específica. Temos os dias especiais que são as efemérides, o Dia da Terra, o Dia dos Museus, que têm datas específicas, mas depois de resto a programação vai se repetindo ao longo do ano e acompanha as exposições. Por exemplo, agora as visitas de Veneza, como é óbvio, só acontecem no período em que a exposição estiver a acontecer, mas temos várias datas e vários dias disponíveis, inclusive sexta-feira. Aqui na "Veneza em Festa", temos visitas à sexta e ao sábado, e sábado até temos dois horários, um que é o horário de costume das visitas, que é às quatro da tarde, mas até temos "O Fora de Horas", [...] que às sete. Portanto, se alguém trabalhar e não conseguir ir e só pudesse vir, por exemplo, ao domingo, nós ao domingo não temos programação, mas disponibilizamos às sete, uma visita que esgota. E, portanto, sim, temos várias opções.

SARA COSTA [SC]: Creio que foi no website que eu vi que havia uma programação nesse horário, e achei fantástico porque, na realidade, nenhum museu oferece atividades a essa hora.

MR: Sim. Nós fazemos sobretudo nas exposições temporárias, não na permanente, mas o que é certo é que foi uma aposta muito bem feita porque estamos a ir ao encontro daquele grupo de pessoas que trabalham por turnos, imagina, que estão a trabalhar ao sábado e que não conseguiriam vir a tempo útil, não, é do nosso tempo útil de abertura, a uma visita e, portanto, fazer uma "Fora de Horas" é muito bom porque o museu também está aberto até mais tarde e isso traz outro tipo de público, não é.

SC: O Museu fecha às 20h00? Mesmo a exposição permanente?

MR: Não. Só a temporária.

11. Também já falámos um pouco sobre isto, mas quando o museu desenvolve então novas iniciativas e programas para o público em geral, procura torná-los acessíveis também para as pessoas com deficiências sensoriais, ou é mais comum criar programas específicos exclusivamente direcionados a este público?

MR: Sim. Temos tentado. Há, na programação de agenda, estamos, sobretudo, a focar-nos, para já, no público surdo e no público cego e com baixa visão. O surdo que saiba Língua Gestual, porque nós ainda não temos sistemas de legendagem que possam acompanhar as visitas. Mas sim, estamos a trabalhar afincadamente nisso.

12. Que diálogos existem entre a curadoria e o serviço educativo no sentido de promover a inclusão social das pessoas com deficiências sensoriais?

MR: O diálogo tem sido cada vez mais, felizmente. Temos começado, em termos institucionais, haver uma relação menos hierárquica e mais horizontal. Não sei se são estes os termos, mas é assim que eu vejo a coisa. E isso tem possibilitado conhecer muito mais sobre a coleção, o que potencia depois a programação. Os próprios conservadores... estou a falar dos conservadores porque é o imediato, mas há outras equipas, estão a começar a ser mais participantes também na nossa programação, portanto, já começa a encontrar visitas com o curador ou visitas com o especialista. Portanto, acho que tudo isto é prova da nossa relação. O percurso tátil, por exemplo, tem de ser feito com a equipa de arquitetos, com a equipa de montagem, com a equipa de planeamento, de conservadores. Portanto, estamos aqui vários envolvidos para que o percurso tátil, que são sete estações, não são trinta e tal obras de arte como está aqui na coleção de Veneza, para que seja possível todo este trabalho. Portanto, sim, sim, cada vez mais.

13. Além da Língua Gestual, durante uma visita ao museu que materiais ou recursos são disponibilizados às pessoas com deficiências sensoriais?

MR: Depende um bocadinho de atividade para atividade. Nós usamos muito objetos mediadores, que pode ser uma mala, pode ser uma lupa, ou pode ser até algo que remeta uma fotografia, mas também podem ser materiais que ajudem a pessoa a participar na atividade ou os materiais propriamente ditos da atividade que sejam para construção de algo, por exemplo, nós temos uma atividade que este ano se chama "Museu Portátil", que tem uma componente muito grande sensorial. Então o que é que elas fazem... levam, vão sempre a obras de arte, três ou quatro obras de arte. Acho que são quatro e o que tentam fazer é despoletar uma interpretação dos objetos, dos

elementos que lá estão e depois trabalhar, de forma artística dentro do possível, não é, porque temos algumas limitações consoante as características dos públicos e também do espaço em que estamos porque tudo acontece dentro da sala do museu, portanto, não há tintas também. E então, elas tentam, tentam e trabalham diferentes técnicas artísticas, por exemplo, o desenho à vista, aqui não é uma técnica, mas não faz mal, o desenho à vista e aqui usam um gênero de lápis de cera, mas que não são lápis de cera, foram elas que fizeram. Incorporaram especiarias e, então, quando as pessoas estão a desenhar, estão, ao mesmo tempo, aqui com um estímulo sensorial ao nível do olfato e aqui as especiarias porquê? Porque estamos na sala do Oriente Islâmico. Podemos falar aqui das culturas das comidas e podemos aproximar um bocadinho desta cultura que é tão diferente da nossa. Depois, por exemplo, na sala de pintura aqui do século XIX, já temos elementos da natureza colocados numa base mais rija, tipo pranchetas e vamos pensar e vamos relacionar esses elementos com a pintura, com a paisagem que estamos a ver. Será que estas cascas de árvores são das árvores que estão ali? Será que estes ramos e este tipo de folhas são destas árvores que estão ali? Muitas vezes é assim que nós conseguimos a participação de alguns dos públicos. E, depois, o que elas fazem é, passar, depois de uma grande conversa, não é só isto a visita, mas depois de uma grande conversa e de um grande trabalho, fazem o trabalho de *frottage*, que é basicamente pôr um papel vegetal que elas pré-formatam, o tamanho e a forma, põem por cima e com uma grafite também, com uma pega pré-feita por elas para ajudar aqui as mobilidades mais reduzidas, eles fazem a impressão dessas texturas no papel. Pronto, isto é um dos exemplos, mas existem outros. Podemos, por exemplo, na sala da China e do Japão, levar a objetos também da China e do Japão, mas que nós podemos passar uns aos outros, podemos sentir o peso, podemos sentir o relevo da tinta. Portanto, depois depende muito do tipo de trabalho que formos fazer. Todas as atividades para públicos com deficiência têm uma forte componente prática, portanto, existe sempre um trabalho que é desenvolvido prático, seja ele o desenho, recorte e colagem, meios de exploração do corpo, exploração do som e do nosso som corporal ou mesmo de canto. E, depois, o trabalho, a grosso modo, vai para as instituições, que é assim um gênero de passagem de testemunho e de compromisso. Estamos aqui a assumir um compromisso. A instituição está a assumir connosco que vai dar continuidade. Depois, normalmente, enviam-nos fotografias com o que fizeram e, aí, o trabalho é muito interessante, porque eles depois quando chegam às instituições ou às escolas. Nas escolas isto é muito giro porque eles vão contagiar os outros, ou chamam as famílias ou falam com os colegas. E, aí, são eles os mediadores da atividade, e já estão a dar outras camadas ao trabalho que estamos a fazer. E é maravilhoso ter depois o feedback, sim.

14. A Exposição Permanente não tem, em si, a questão da sonoplastia e de outros recursos sensoriais, mas as atividades que são realizadas em contexto de visita guiada, já têm esses sentidos incluídos?

MR: Sim, completamente.

15. O Museu tem kit pedagógico com conteúdos para os Professores desenvolverem em sala de aula?

MR: O Museu Gulbenkian ainda não desenvolveu. A Fundação tem um kit, que é o Kit da Árvore, que tem, se não me engano, dois tipos, consoante o público. Um para crianças, digamos assim, que é feito a partir de um diálogo, as instruções são dialogadas. E o outro é para público mais velho, jovens para cima, que já é instruções quase como se fossem as de um jogo. E são kits que vão para as instituições a pedido. É enviado. Se não me engano, eu acho que elas continuam a fazer isto, há uma sessão zoom com as mediadoras que criaram o kit para explicar o que é que lá está dentro, como é que pode ser trabalhado com as pessoas que receberam o kit. E, depois, os professores ou os encarregados dos grupos dinamizam à sua vontade. A única necessidade do kit, o critério que existe para a aquisição do kit é que tu tenhas uma árvore que possas trabalhar, uma árvore que esteja perto de ti, porquê? Porque vais trabalhar essa árvore ou as árvores... Imagina, numa escola só tens uma árvore, ok, então essa árvore tu vais observá-la e vais trabalhar todas as atividades com esta árvore para as observar durante um ano e realmente o ano letivo e apanhares as quatro estações. E aqui também tens vários componentes. Tens também uma componente muito sensorial também, mas para pintar, para recortar e colar, para questões das texturas, para questões de fazer quase um inventário e uma categorização das partes das plantas e das folhas e das sementes... É assim um bocadinho mais nesse âmbito. O CAM também tem um que não é enviado, teve foi uma sessão, e esse é de deficiência e eu tive na equipa, por isso é que estou a falar dele, que também é ao nível sensorial, são duas roletas, chama-se "Gira Girou", consegues encontrar informação no website. Uma roleta tem dez obras de arte e a outra roleta tem os cinco sentidos e a ideia é tu rodares cada uma, uma vez, e veres qual é a relação. Vais trabalhar determinada obra de arte com determinado sentido e tens várias pistas de como é que podes trabalhar. O kit também tem um poster para veres a obra em grandes dimensões, tem um pormenor num cartaz e tem ainda um género de uma proposta, uma ou duas, a partir dos sentidos, que vais ver que são transversais. Tiveram de ser transversais porque não sabias que obras é que iam calhar. Pronto, e ali tens obras com som, como é de arte moderna, já tens este potencial.... Já tens outro tipo de obras e umas delas tem som associado.

16. Mencionou anteriormente as especiarias e a componente olfativa, mas o museu também explora o paladar nas suas atividades?

MR: Não, porque não pode entrar comida. Nós tínhamos uma visita, antes da pandemia, que vinha para esta sala onde nós estamos hoje. Portanto, havia um momento na sala da exposição. Portanto, íamos à primeira sala da exposição permanente, que tem a coleção do Egito, falávamos ali da cultura, de todas as diferenças, das várias pistas, para nós descobrirmos um bocadinho sobre o Egito. E, depois, quando vínhamos para aqui, tínhamos pergaminho, tínhamos a planta, porque nós temos aqui papiro no Jardim. Pedíamos aos jardineiros e mostrávamos como é que era feito o papiro. Ou seja, mostrávamos a planta que tem um caule triangular. Normalmente, são circulares, não é, este é triangular. Tem umas folhas muito engraçadas. São assim, parecem uns bigodes. Nós falamos de tudo isso e provávamos as tâmaras, tínhamos o grão de bico, mas era só para ver, mas as tâmaras nós provámos e, portanto, era aqui uma visita que teve várias camadas, e construímos pirâmides em cartão também. Pronto, depois usávamos carimbos com hieróglifo, para fazer uma cartela com o nosso nome. Pronto, teve várias camadas, mas uma delas era esta aproximação da cultura e como parte da cultura, a gastronomia, sendo que a gastronomia era provar as tâmaras. Não havia muito mais porque nós também não tínhamos como guardar aqui a comida de atividade para atividade, não é.

[...]

17. Nas últimas três Exposições Temporárias, incluindo esta, foi implementada a componente tátil. No entanto, as componentes gustativas e olfativas não foram incluídas?

MR: É mais difícil, sim. É assim, isto é uma situação temporária. Quando nós tínhamos esta sala, onde nós estamos, para fazer atividades, nós podíamos fazer isso. A Diana, por exemplo, no "Entre Vizinhos", chegou a fazer encontros à volta de uma mesa com comida. A programação era feita muito à volta de uma mesa. Tinha um lanchinho depois da atividade, havia um momento de convívio porque é muito importante também para estes públicos haver este convívio e este momento mais social. Mas, com a pandemia e com as obras do CAM, isto também é um parêntesis, mas que justifica um bocadinho isto, esta sala ficou ocupada pela equipa do [serviço] educativo do CAM porque eles estavam em obras, não tinham um sítio onde ficar, as salas da sede estavam ocupadas pelas equipas, as outras equipas do CAM e o [serviço] educativo como estava a trabalhar muito também em relação connosco no museu, ficaram aqui. Isso fez com que o museu ficasse sem sala para atividades. E, portanto, tudo o que não é possível fazer

dentro do museu e que era feito aqui, deixou de ser feito. Agora, o CAM já foi para o seu espaço. Nós estamos a preparar as nossas obras que vão começar no próximo ano e, portanto, só depois das nossas obras é que esta programação mais de paladar, é que vai ganhar um bocadinho mais de força. Eu quero ver se começa a ter assim mais força, sim. Porque, se não, não é possível mesmo. Não, não dá para ter comida dentro do museu, nem água. Portanto, é mesmo uma regra.

SC: Com o evoluir do museu, novas regras surgiram. Os visitantes foram desencorajados a tocar nos objetos, a correr, falar alto, comer ou beber.

MR: Eu acredito que as regras, algumas, também surjam porque houve acidentes. Neste caso, eu quero acreditar que se testou ou se descobriu que derramar água, mesmo que não seja na obra de arte, mas que seja perto da obra de arte, possa criar níveis de humidade, que danifiquem ou que prejudiquem o estado de conservação das peças. Por exemplo, na sala do Oriente Islâmico, nós temos muitos tapetes que não estão em vitrines. Se tu quebrares as regras, tocas no tapete. Consegues, mas não deves. Se fores para lá comer uma sandes e cair em migalhas para cima do tapete, porque estás muito perto a ver, estás a ver os pormenores e estás a comer enquanto vês, eu acredito que entre isso ou não ser depois bem limpo e poder trazer bichos, sei lá, estou agora a antecipar questões, que não domino, mas quero acreditar que não se fazia antigamente porque ainda não se tinha investigado a fundo o assunto. Pronto e é por isso que agora não é possível e temos, inclusive, um posto de segurança à entrada das exposições onde tens de mostrar a mala para garantir que não levas essas coisas para dentro do museu.

SC: Se a pessoa deixa cair migalhas ou água, pode prejudicar a integridade das peças.

MR: Sim, e não é só isso. Agora também tens a moda dos ativistas que atiram molho de tomate... Claro que com esta regra de não pode entrar água, não pode entrar comida, quando tu estás a ver a mala, se há água, se há comida, também vê se há uma lata de conserva, não é, ou se há uma coisa que pode, ou uma tesoura enorme... Portanto, não estou a dizer que foi por isso que aconteceu aqui no museu estas regras ou nos museus em geral, mas, olha, já agora aproveita-se, não é? Temos é que preservar o bem-estar também da coleção que estamos a defender e, portanto.

SC: Mesmo que se abrisse uma exceção, criando um programa com a componente gustativa dentro do espaço de museu, poderia gerar desconforto, pois as pessoas poderiam questionar: "Se eles podem, porque é que nós não podemos?".

MR: Não é muito fácil. E com os públicos com deficiência, existe um maior grau de imprevisibilidade. E, portanto, é só acrescentar riscos. Também temos de ser cautelosos. Nós não fazemos muitas atividades com recortes e colagens em que demos tesouras para a mão de uma pessoa com deficiência porque sabemos, à partida, que pode ser uma questão de frustração, pode levar a situações de frustração, pode levar a questões de se magoar a si ou a outro ou à obra de arte. E nós temos sempre de ter estas questões controladas, por isso é que nós trabalhamos em dupla porque assim somos dois a olhar para estas questões. Não dá de outra forma.

18. Assim, é importante que as Escolas ou Instituições informem o museu previamente caso haja pessoas com deficiência no grupo.

MR: Eu estava-me a esquecer de falar disso, que é fundamental para o nosso trabalho, que são as reuniões técnicas. Nós, na programação para públicos com deficiência, temos sempre reuniões técnicas. E as reuniões servem para várias coisas, servem para falar da programação e mostrar, porque a programação está no website, tem uma sinopse, mas, às vezes, a sinopse não mostra todo o potencial da atividade e, às vezes, as pessoas leem a sinopse e acham "Ah, isto não é para o meu grupo". Na reunião técnica nós mostramos que é possível que seja para aquele grupo também. Porque nós não temos atividades para pessoas com paralisia, depois outras para pessoas com défice cognitivo, para pessoas com autismo. Não temos as coisas assim segmentadas. O que nós temos é atividades feitas a pensar nestes públicos, na diversidade destes públicos, criadas para o máximo da potência, não é, da capacidade, e depois, nestas reuniões técnicas, para além de mostrar a versatilidade da atividade, sabemos também as características do público e conseguimos antecipar. Porque eles não dizem... eles, os professores e os técnicos, não dizem, "Ah, só tenho três meninos com autismo, dois meninos com défice cognitivo e um com paralisia". Não é só isto, não é uma lista de "cromos". É, acima de tudo, perceber, ao nível do comportamento e da comunicação, quais é que são aqui as características: se fala, se percebe enunciados, se percebe e não fala ou se fala porque repete, mas o que está a dizer não tem sentido, porque só está a repetir, se existe comunicação, vontade na comunicação, embora não o consiga fazer com palavras... Tudo isto é importante. Ao nível do comportamento, se grita, ser mais pendular e precisa de correr e de estar e não estar ao mesmo tempo, se é novo no grupo, é importante saber isto também muitas das vezes, porque se é novo no grupo, também é novo para aqueles professores que são nossos aliados nas atividades, estão lá connosco. Portanto, é com esta conversa que nós conseguimos antecipar e preparar as atividades. Muitas das vezes, o professor sabe que pode sair por cinco minutos, porque o menino está habituado a comer a determinada hora e como não é possível

levar comida e as coisas foram deixadas no bengaleiro, o professor sai com aquele menino. O resto fica lá com auxiliar ou com outro professor que acompanhe o grupo. Come o que tem a comer e volta. Um menino que é mais pendular e que está a descompensar porque está com muitos estímulos visuais, pode sair. Nós dizemos isto ao professor... Já nos aconteceu, por exemplo, nós sabermos que o grupo era bastante difícil. Eu já estava na atividade como reforço da equipa. Portanto, já éramos três mediadores na atividade porque sabíamos que o grupo era muito desafiante. A professora estava super nervosa porque trazia este grupo ao museu. Estava habituadíssima a vir ao museu com outros grupos, mas, naquele ano, o grupo era com aquelas características e ela contactou-nos e disse "Margarida, eu acho que este ano não vou. O meu grupo não sei se dá". E, eu disse, "Professora, dá. Nós não vamos excluir ninguém. Venha com o seu grupo. Diga quais é que são as suas reservas. O que nós temos, vamos trabalhar aqui em conjunto, a preparação da atividade. Mas o seu grupo vai". E a atividade correu maioritariamente bem. O que é que não correu bem? A partir para aí de meia hora de atividade, o menino já não queria mais, estava contrariado e saltou para cima de um tapete, porque percebeu que para cima de um tapete, ninguém ia. Então é o coito do jogo da apanhada! Não é? Para cima do tapete. Eu estava lá, portanto, eu vi o ar de desafiador dele de "agora daqui ninguém me tira, agora ninguém me vai obrigar a fazer o resto da atividade porque eu não quero estar aqui". Vai um segurança, os seguranças, nós trabalhamos com eles também. Aqui para sensibilizar um bocadinho e para nos dar espaço para agir... Nós tentámos, os três mediadores, a professora, estávamos ali a tentar não descompensar o resto do grupo, mas tirar aquele menino de cima do tapete. Não estava propriamente a fazer sapateado. Ele subiu e ficou lá parado. Não estava a deambular. Nós tentamos, a professora tenta, o menino não se mexe. E eu "Bem", olho para o segurança, o segurança a dar-nos espaço. E eu digo "Olhe, vou subir". Não há outra maneira para ir lá tirar o menino dali. Ainda por cima era um daqueles tapetes muito grandes que não têm diâmetro suficiente para eu me chegar lá mesmo agarrando-me a outra pessoa. E disse "Eu vou subir". E, o segurança disse, "Está bem". Então eu fui. Pus um pé, foi tipo salto. Saltei para cima do tapete. Agarrei no menino e tirei-o de lá. Pronto. Resolvido. A senhora ficou, coitada, aflita. Eu aflita fiquei porque pisei um tapete. O que é que aconteceu? Saímos daqui. Eu disse ao segurança "não se preocupe porque eu vou avisar as equipas". Isto foi com um grupo, tudo bem. Fui e relatei. Claro que ninguém gostou. Mas é compreensível e souberam que nós fizemos de tudo para que isto não acontecesse. O grupo veio mais uma vez. Porque há sempre uma primeira vez que é péssima, e uma que é menos má. Pensa comigo. Tu quando vens a um museu e não o conheces, nem nunca viste, tu vens e, se calhar, não prestas atenção a metade. Quando vens outra vez, já conheces o espaço,

já viste umas coisas, já conheces aquelas pessoas, então, se calhar já consegues estar mais confortável para tomar atenção a determinadas coisas. Na terceira vez, tu já te comesças a sentir um bocadinho mais em casa e cada vez mais em casa. Estás mais relaxada e quando tu estás mais relaxada, estás mais predisposto a trabalhar. A trabalhar no bom sentido, a estar numa atividade. Portanto, nós, com esta professora dissemos, "o mínimo são duas atividades". O menino quando veio na segunda atividade.... Primeiro, nós já sabíamos que a atividade iria ser curta, mas não foi tão curta como nós estávamos à espera porque ele já estava mais confortável. Não subi para tapete nenhum, estive super bem, não precisou de sair em momento nenhum e estive connosco, o grupo esteve connosco do início ao fim e, portanto, nós olhámos para a Professora e dissemos: "Viu?". A Professora já conhecia o grupo melhor porque já foi um bocadinho mais passado no tempo. Portanto, também ela teve mais tempo de relação com aquele grupo, e as pessoas já conheciam, já tinham cá estado, já nos conheciam. Foi com a mesma equipa, foi de propósito, foi com a mesma equipa, e correu tudo muito bem. Portanto, é com este tipo de flexibilidade e disponibilidade, não só da equipa de educação, mas das outras, que nós conseguimos fazer este trabalho. E quando eu digo uma é péssima e a outra é menos má, é mesmo porque esta é a nossa realidade, mas nós gostamos desta realidade. Porque se foi péssima foi porque eles vieram. E aí estamos a fazer o que está certo, estamos a cumprir a nossa função enquanto museu, enquanto museu que trabalha a inclusão social.

SC: Exatamente. E que não exclui.

MR: E que não exclui.

SC: Porque podiam ter facilmente excluído esse grupo na segunda ou terceira vez...

MR: Exatamente...

SC: E não aconteceu.

MR: Exatamente. E a Professora continuou a trazer outros grupos.

SC: Ela criou essa relação convosco.

MR: Sim, sim. Ela já tinha essa relação connosco, ou seja, ela quando nos contactou a medo a dizer que não ia com este grupo, eu acho que era com a esperança que nós disséssemos: "Vem, vem". Estás a ver... Porquê? Porque já valida o nosso trabalho, já confia na equipa, já nos conhece. Ela própria já está mais à vontade no nosso espaço. Mas, no entanto, ela está à vontade, mas não estava à vontade com a realidade do grupo que tinha naquele ano e isso são várias variantes. Desculpa a redundância, mas

são vários elementos que entram nestas equações quando o grupo vem. Uma outra situação e essa não correu muito bem, mas depois demos a volta também, foi que em momento nenhum nos disseram que os meninos tinham apego às suas coisas. Não podendo entrar com mochilas... eles tinham lanchado aqui à porta... não podendo entrar com mochilas, água, comida, e nós sabemos que a sala do museu estava quente naquele dia, propusemos que fossem deixar as coisas ao bengaleiro. O que é que nós fomos fazer?! Os miúdos não tiveram connosco. Nós remarcamos a atividade. A atividade teve quinze minutos e nós fizemos uma remarcação. Porque não era possível, não era possível. Porque eles ficaram desestabilizados e, portanto, às vezes, as mais ínfimas informações são condicionantes para o trabalho que nós fazemos aqui, que é um trabalho de aproximação.

[...]

MR: Nós aqui trabalhamos a partir dos seis anos, exatamente por causa desta questão do diagnóstico. Porque, para nós, não é que nós precisemos que a criança venha associada a um rótulo, não é de todo isso, mas quando vem com um diagnóstico e nós não conhecendo a pessoa, não estando com ela diariamente e o nosso contato sendo tão pontual, nós precisamos do máximo de informação que nos ajude a preparar o nosso trabalho e a fazê-lo bem. Portanto, o vir a partir dos seis anos é exatamente para garantirmos e, mesmo assim, às vezes não garantimos muito, um diagnóstico que nós possamos pesquisar, saber mais, isso é trabalho de cada um da equipa. Não sou eu que vou dizer: "olhem, estudem que o autismo tem esta definição", não. Cada um faz as suas pesquisas e aprofunda a investigação com base nas suas necessidades. Mas, é fundamental nós termos o diagnóstico, sendo que depois percebemos, "ok, é autismo, tá". Então, mas agora vamos falar do comportamento e da comunicação que isso é o que nos interessa. Isso é o que ocupa 90% do nosso trabalho. Isso é que condiciona mesmo. Condiciona no bom sentido. Não estou a dizer que prejudica, está bem. Condiciona porque requer mais flexibilidade ou adaptação. Aqui o condicionar não é de todo pejorativo. Mas existe. E como as reuniões são feitas em setembro, outubro, mais ou menos, porque é também quando estão a fechar as reservas de carrinha, que quando estão, pronto, a fazer essas essas coisas todas, às vezes, nós marcamos em setembro, uma atividade que acontece em maio e, portanto, nós tivemos imenso tempo, não só para testar a atividade com outros tipos de grupo, como para preparar para este grupo em específico. E isso são características que nos ajudam muito a fazer o trabalho que fazemos, sim.

SC: E depois cada criança tem as suas características, o seu nível de diálogo, então existe sempre necessidade de adaptação no momento até, não é?

MR: Sim, sim. Às vezes, a caracterização que nós tivemos não cola, a nosso ver, com os meninos que temos à nossa frente. E aí, às vezes, temos as coisas preparadas para um caminho e, infelizmente, somos uma dupla, olhamos um para o outro e dizemos, "vamos antes ali" e vamos porque confiamos também uns nos outros. E a partir daí é "toma lá, dá cá". É mesmo isto. É "eu faço-te uma pergunta, tu percebes a deixa e segues mais um bocadinho, tu passas-me, eu sigo mais um bocadinho" porque nós sabemos qual é o objetivo da atividade. E isso é cumprido sempre.

19. Na sua opinião, a introdução do olfato e do paladar nas experiências museológicas pode enriquecer a experiência do visitante?

MR: Eu acho que sim. Qualquer abordagem ao nível dos sentidos, está mais do que comprovada na nossa prática, que só facilita. Nós não sabemos quais é que são as portas de entrada para cada miúdo, para cada pessoa e, portanto, ter mais essa valência, digamos assim, claro que sim, que só enriquece.

20. Porquê?

MR: Às vezes, e agora estou a ir ao tempo em que nós fazíamos atividades aqui [nesta sala], e mesmo com o grupo, com os grupos dos vizinhos, que alguns tinham demência e tudo, é com a comida, nós somos um povo que se reúne à volta de uma mesa, verdade seja dita. Tudo é à volta de uma mesa. As reuniões têm as bolachinhas ou o café ou a água, ou o snackzinho do meio da manhã, nós vamos combinar alguma coisa com alguém, é um almoço, um lanche, um jantar, um pequeno-almoço, um brunch, é sempre com comida e, portanto, a comida traz aqui uma componente muito grande ao nível das emoções e das experiências que nós já vivemos no passado. E, portanto, eu acho que se nós trouxermos esta questão... Para mim, o paladar e o olfato estão muito próximos um do outro, não é? Às vezes cheiramos e parece que conseguimos saborear o que estamos a cheirar, e a partir daí estamos a ir automaticamente. Isto despoleta no nosso cérebro memórias e, portanto, se nós... imaginava à frente de uma natureza morta, que tem as abóboras, que têm as frutas cortadas ao meio... às vezes, nós fazemos quase mímica de tirar uma fruta, de a descascar. No nada, não é? Estamos a fazer tudo no ar, mas estamos ali a descascar a banana, a tirar o fiozinho da banana, e dar a comer e agora tiro um bocadinho, agora dou-te mais um bocadinho. Mas não é a mesma coisa que dar verdadeiramente a banana. E quando nós estamos a potenciar essa relação, estamos automaticamente a fazer outras sinapses nos cérebros que, muitas das vezes, nós não as identificamos quando estamos a trabalhar porque são de cada um, mas

depois isso vê-se na participação e, mesmo nas atividades... Agora focando-me nos momentos que vi do "Entre Vizinhos" e desta atividade do Egito, que era ali na outra metade da sala, houve duas vezes, uma num grupo e outra no outro, em que a pessoa esteve meio apagadita, participava, mas lá no seu canto. Vai para a comida e não sei o que é que aconteceu, era outra pessoa. Outra pessoa falava, estava descontraída, cantava, [isto no "Entre Vizinhos"], cantava, falava da receita do bolo que não era aquele, mas que ela tinha feito e que fazia com a mãe ou com a filha. E tu, de repente, tens ali uma pessoa disponível. Com o público com deficiência também. Provavam uma tâmara, "Ah! Isto é muito bom!", "Ah! Isto é doce!", "Isto é quase rebuçado!". E nós, a partir daí, "Ah, está bem, então dá cá, vamos puxar a conversa para mais". Portanto, claro que sim, não sei se respondi à tua pergunta, mas foram dois dos momentos assim que me marcaram à volta de uma mesa com comida. Não tanto o olfato, confesso. Eu sou muito sensível a cheiros, principalmente a perfumes e a mau cheiros, mas a verdade é que, por exemplo, os perfumes e os cheiros dos espaços são muito importantes para o público cego para se orientarem, para identificarem as pessoas e, portanto, claro que sim.

21. Então, portanto, considera a utilização da comunicação multissensorial uma estratégia eficaz para promover a acessibilidade e a inclusão das pessoas com deficiências sensoriais?

MR: Sim, sem sombras de dúvidas.

22. No âmbito do serviço educativo, quais são os principais benefícios de utilizar a comunicação multissensorial no museu, particularmente para as pessoas com deficiências sensoriais?

MR: Muitas das vezes, ajuda a concretizar conceitos mais abstratos. Grosso modo, isso é o que acontece mais. Enriquece as práticas quando nós conseguimos fazer outro tipo de relações para lá daquilo que estamos a ver na obra de arte. Aproxima culturas, no nosso caso. São vários os projetos que são feitos e que a comida está lá incluída. Os sons, claro que sim. Muitas das vezes com o público que não comunica verbalmente, é a partir dos sons que nós comunicamos, dos sons não verbais, não é, ou com o corpo e, "eu faço e tu imitas", ou com a voz, "que eu faço um som e tu tentas imitas" ou ao contrário, "ele faz e eu imito". Isso é feito, é uma prática que é feita não só aqui no museu, mas, por exemplo, em atividades da música, atividades para bebés, a que eu tenho ido com a minha filha, quer aqui na Fundação, quer noutros lados e, portanto, toda esta componente múltipla, seja ao nível dos sentidos ou outra, claro que aqui estamos a focar nos sentidos, mas temos de falar também das outras, se for bem

preparada e bem escolhida, só enriquece. Claro que se tu quiseses fazer uma coisa multissensorial, muito gira para fazer o check na lista do "eu faço coisas com multissensorial", porque existe este tipo de trabalho, não é, que faz só por [fazer], não é o nosso caso, mas imagina que nós queríamos experimentar fazer uma coisa mais, mesmo focada, imagina, tínhamos feito o kit "Gira Girou", ou que não fazíamos esta do "Museu Portátil", queríamos mesma uma coisa com os cinco sentidos. Estes cinco sentidos tinham de ser muito bem escolhidos e o que é que lá está dentro de cada sentido, tinha de ser muito bem escolhido, porque senão pode a minar uma atividade ou até estragar por completo, e eliminá-la, não é. Portanto, sim, é ótimo. Mas, é ótimo se for feito com cabeça e temos que temos de pensar muito, muito nisso. Eu não estou a dizer que os cheiros tenham de ser todos agradáveis, não é, foi assim que eu comecei a conversa, não têm. Tu mostraste-me, acho que foste tu... Eu vi um artigo, acho que foste tu que me mostraste, um artigo em que num museu qualquer, que agora não sei dizer, mas era na Europa, usava um cheiro de fossa ou de esgoto, uma coisa assim. Eu acredito que aquele cheiro não seja nada agradável de se cheirar, mas no contexto da exposição, fazia todo o sentido, que acho que era guerra, não é, portanto, é normal, tu tenhas ali um cheiro a latrina ou a falta de higiene. Claro que sim! É a mesma coisa que o tu vais para uma exposição linda, linda ao olho, mas que não tem esta componente de quem estava lá. E quando tu trazes o cheiro, tu quase que és transportado para lá. Isto é um recurso bem utilizado, não é. Quando, por exemplo, fazes um percurso tátil com uma estação que seja difícil de tatear, ou que não remeta bem para a obra de origem, aí, se calhar, o teu trabalho não está a ser tão bem feito, não é? Portanto, é aqui que eu estou a querer chegar, é a aplicação dos recursos... Sim, claro, ótimo, quando bem feito.

23. Quais são os principais desafios, colocados ao serviço educativo, ao implementar exposições multissensoriais no museu?

MR: O trabalho transversal entre equipas é maravilhoso. Eu não abduco dele. Mas leva muito tempo. Demoras muito mais tempo a trabalhar com outros do que se trabalhares sozinho, normalmente. Claro que se for para uma construção, se calhar não, mas se for assim uma coisa mais intelectual, tu demoras muito mais tempo se estiveres a fazer um trabalho de grupo, em que tens de argumentar e decidir e fazer escolhas, do que se for contigo, que é só as tuas ideias, é só as tuas realidades, são só as tuas dúvidas e receios. E geres contigo. Portanto, nós aqui no museu, o que eu sinto, por exemplo, para fazer o percurso tátil, é que estamos constantemente a fazer em cima do joelho. Portanto, uma das questões aí que dificultam o trabalho, eu acho que é mesmo o tempo, às vezes, com que estamos a trabalhar. Se para a programação de marcação, nós

conseguimos trabalhar com bastante tempo e estamos, na verdade, sempre a trabalhar e a melhorar e a refletir em equipa e a coisa vai-se fazendo e, portanto, resulta muito bem, para a questão dos percursos táteis e numa exposição mais multissensorial, se quisermos pensar [assim], e acessível, os tempos são muito curtos para conseguir fazer tudo. E eu sou só uma. E para além de articular com a equipa interna, tenho de articular com a equipa de fornecedores externos, porque nós quando trabalhamos ou eu, quando trabalho com os fornecedores externos, isto não é um trabalho de chave na mão. Eu não digo "eu quero isto" e eles entregam feito. Não. Por exemplo, aqui na Veneza, foram várias os telefonemas a meio de um percurso para casa, foram vários os telefonemas fora de horas, porque era preciso. Eles mandavam-me uma proposta e eu dizia: "faltame, preferia assim, assim e assado ou com isto ou com aquilo". Portanto, para teres uma noção, o campanário ali da Praça de São Marcos, para ter chegado àquilo, foi preciso passar de um modelo que parecia uma barraquinha de praia, sem formação nenhuma, sem características nenhuma. Depois foi aumentado. Depois eu pedi para estar caracterizado e para ter, pelo menos, as janelas e depois ainda pedimos pintura e, portanto, todo este vai e vem, requer muito tempo porque é dentro das disponibilidades de todos. E os fornecedores, por sua vez, também trabalham com outros fornecedores. Portanto, isto é, um puzzle bastante difícil de montar e foi só, neste caso, para uma questão tátil e sonora. Não pus os outros. É visual. Visual está sempre lá. Não pus os outros dois. Portanto, o tempo é difícil. Se por um lado, temos um potencial gigante na diversidade e conhecimento da equipa que temos, isso, às vezes, também é prejudicial quando temos pouco tempo para trabalhar, se houver muitas atenções e muitas coisas, também é difícil. Bem, isto em termos de percursos táteis e de exposições. Agora em termos de programação. Tenho sentido que o público que nos procura está envelhecido. São públicos, muitos são pessoas que já nos costumam procurar e que estão mais envelhecidas e, portanto, as características também vêm a piorar, o que não é mal nenhum, mas dá-nos a oportunidade de trabalhar a outro nível, que é um nível um bocadinho mais sensorial, mais profundo no sensorial e menos intelectual, ao nível que estamos habituados a trabalhar, ou, pelo menos, não tão verbal, não tão de comunicação a este nível. Temos de trabalhar a nível sensorial, passando, na mesma, comunicação e os conteúdos. E isso tem sido um desafio. Nós não temos esse tipo de experiência. Vamos tentando, ocasionalmente. Testar algumas coisas com aqueles grupos que nós já temos uma relação quase amizade e que nos permitem, também, fazer esses testes. Mas, sinto que, embora nós saibamos que para estes grupos uma coisa mais exploratória, mais ao nível do som, ao nível da vibração, da luz, possa ser bom, sem a sala e, que ainda com alguma "verdice" nossa, ainda não estou totalmente confortável em propor uma programação a este nível. Depois, uma outra, um

outro desafio que temos tido, é na programação da agenda. Das várias vezes que tentámos ter programação para público com deficiência, nomeadamente famílias, e quando nós falamos em famílias aqui é uma família alargada, pode ir até quatro, cinco pessoas, e aqui pode vir o vizinho, se for essa a pessoa de referência, pode vir educadora ou a ama, pode vir a *babysitter*, pode vir o terapeuta, se for o terapeuta que é a pessoa de referência, pode vir quem for, dentro deste núcleo de quatro, e, depois nós tínhamos, imagina, quatro famílias, aqui já temos vinte pessoas numa atividade. Nós fazíamos programação ao fim-de-semana, paga, porque como é uma atividade ao fim-de-semana, não tínhamos público. Eu não sei se aqui a dificuldade está ao nível da comunicação, porque não chegámos com as nossas newsletters, ou a nossa comunicação não chega ao público-alvo. Não sei se era a comunicação porque não nos exprimíamos bem, não mostramos que isto é para este tipo de pessoas com estas características. E não sei se o desafio está em transmitir a confiança a essas pessoas para vir porque também percebo que nunca tendo vindo ou nunca tendo vindo neste âmbito, seja um bocadinho desconfortável tentar, não é, estamos a pôr o nosso filho em risco de frustração, de exclusão, de sentir este tipo de coisas que nós tentamos combater aqui e não ter aqui, mas que as pessoas não sabem. Portanto, acima de tudo, diria, ao nível da programação estas duas valências e, ao nível interno, a do tempo, e das salas. O facto de não termos salas, condiciona-nos o tipo de programação que podemos fazer também. E, portanto, lá para 2026, que acho que é quando está disponível tudo, fora de obras, em princípio já poderemos pensar num outro tipo de programação e estou desejava que essa altura chegue.

24. O museu tende a priorizar a implementação de estratégias para facilitar a mobilidade dos visitantes e melhorar a legibilidade das informações, em detrimento da criação de experiências multissensoriais?

MR: Sim. Mas não diria que seja, necessariamente, as experiências multissensoriais porque não é o nosso foco neste momento. Mas o nosso foco é possibilitar a participação e a visita de qualquer público e, portanto, o museu tem investido em rampas e em acessibilidades físicas para acesso ao edifício. Não estamos a conseguir ultrapassar estas portas pesadas que temos, mas isto é uma questão institucional, portanto, todas as portas, sem ser as do CAM, são pesadas, e não têm sido possível mudar, porque isto é um edifício classificado e, com certeza, há normas para isso. Também, confesso que, para mim, não é a prioridade, as portas, porque nós estamos sensibilizados, e sabendo que vem um grupo, vamos, estamos lá, abrimos nós a porta. Os seguranças que estão no hall [de entrada] também abrem a porta. Não é o ideal, não, mas é o possível. E o possível, às vezes, é suficiente e, para já, está a ser

suficiente. As equipas de arquitetura, aqui também do museu estão sensibilizados, atentos e preocupados com as questões também das alturas, dos reflexos nas obras de arte, da luz. Portanto, estão a esse nível, a trabalhar para um museu mais acessível. E depois nós na programação, como é óbvio que sim. Tinhas falado não só da participação, mas havia aí outro nível na pergunta, não havia?

SC: Se o museu tende a priorizar a implementação de estratégias para melhorar a legibilidade das informações...

MR: A legibilidade das informações, eu acho que já falei há bocadinho que, embora os textos sejam feitos pelos conservadores, na sua grande maioria, existe esta preocupação de começar a trabalhar para um público mais alargado, que não tem de ser entendido em arte ou especialista em alguma das temáticas da exposição e, portanto, isto já começa a ser uma prática. E creio que este de Veneza já está bastante bem conseguido. Claro que tem lá os conceitos na mesma, mas os conceitos acabam por ser explicados no decorrer do texto. E nós, nas atividades para o público com deficiência, também não deixamos de dar os conceitos, não damos é dez numa atividade, damos dois, mas são dois que são desconstruídos e trabalhados. Ou seja, não deixamos de dar os conceitos e as palavras difíceis como os hieróglifos. O que nós fazemos é desconstruímos e mostramos o que são ou como são ou para que servem. Pronto, é sobretudo isto. Isto em termos de legibilidade. Dos acessos, também, sim. Existem alguns constrangimentos de acessibilidade física, mas que se tem procurado procedimentos que colmatem um bocadinho e que tentem reduzir essas discrepâncias e, portanto, sim, totalmente.

25. O museu tem como estratégia comunicar aos públicos a dimensão multissensorial ou, neste caso, a acessibilidade de certos projetos expositivos ou educativos?

MR: Sim, aqui a minha reserva foi de que maneira é que nós estávamos a fazer isso. Nós, na nossa programação, se tu fores ao website, por exemplo, na programação por marcação, acho que é facilmente perceptível para que pessoas é que são aquelas atividades. Primeiro, está num chapéu que diz "Necessidades Educativas Específicas" e, depois, lá dentro ainda tens uma linha, na atividade propriamente dita, que diz, por exemplo, "esta atividade é pensada para públicos com demência e seus cuidadores". As outras não diz isto porque está no chapéu e não precisa, porque nós não temos esta tal segmentação. E na programação da agenda, diz quase escarrapachado, por exemplo, nós temos a programação para o percurso tátil, diz mesmo "Visita Tátil À Exposição Veneza em Festa", assim uma coisa. A visita que tem possibilidade para

marcação também gratuita, também é "Percurso Tátil em Veneza" ou "Veneza em Festa: Percurso Tátil", assim uma coisa. Depois, a sinopse também diz: "tem sete estações táteis possíveis de tocar e de ver" e não sei quê, "audiodescrição". Portanto, nós, na divulgação que fazemos, quer seja nos títulos, nas sinopses ou na informação técnica, está sempre. Mesmo quando é as visitas dos curadores e as temáticas, que têm Língua Gestual Portuguesa, está lá também no website a dizer que tem intérprete em Língua Gestual Portuguesa. Isso tem, tem tudo e vai na divulgação.

26. Qual é o departamento responsável por conduzir essa comunicação: o serviço educativo ou o departamento de comunicação? Ou ambos?

MR: É o "Descobrir". Normalmente, depois, a nossa comunicação o que faz é um reforço do que já está no "Descobrir", que é para sair depois no Instagram e Facebook. Normalmente, em *stories*, se não me engano.

27. Existem estratégias específicas para garantir que a informação chega a todos os visitantes?

MR: O "Descobrir", se não me engano, continua a enviar um cartaz que, na verdade, tem a programação toda escrita para Escolas e Instituições. E envia para a esmagadora maioria da Grande Lisboa, que depois os Professores põem afixado na sala de Professores e é assim que vão sabendo. Temos os contactos das escolas de referência, temos os contactos já de Professores específicos. Qualquer pessoa que queira receber a newsletter também pode, no website, escolher que tipo de newsletter é que quer receber. Pode receber todas, pode receber só uma. Aquilo tem várias tipologias. E, depois, para além da newsletter, que é mensal, se não me engano, existem *posts* e *stories*, acho que são *stories* só, quer no Facebook, quer no Instagram, mas eu não tenho ido ao Facebook. Não faço ideia. No Instagram, sei que é, maioritariamente, *stories* para divulgar o que vai acontecer e depois, às vezes, o que há é *posts* no Instagram de coisas que aconteceram, tipo: "Este fim-de-semana, celebrou-se o Dia Internacional dos Museus. A Fundação esteve em festa". [Aparece] a programação dos vários departamentos e diz "CAM, Museu, Jardim". E tens lá algumas fotografias dos vários momentos e dos vários espaços. Pronto, aí é pós, mas que também serve para aliciar um bocadinho as pessoas que tiveram distraídas e que não perceberam que existiu o DIM. Podem depois perceber, então, "mas espera lá, se eles tiveram isto, se calhar vai haver mais. Vou aqui ver no website se existe mais alguma coisa". Pronto, sim. O website, também, me disseram que era acessível, portanto, quero acreditar que chega ao público que estiver interessado. Na questão do percurso tátil, eu contato diretamente com o INR, com a ACAPO e com a APEC. E eles, nos seus canais, também

têm divulgado. E para os surdos, normalmente envio o e-mail para as associações. Não sei se divulgam porque não tenho como saber, mas a *Hands Voice*, que é a empresa de intérpretes que trabalha conosco, faz uma agenda também mensal, onde divulga as nossas atividades. Temos aqui alguns reforços daquilo que fazemos nos outros lados.

28. Como são avaliadas as necessidades de acessibilidade do público com deficiências sensoriais antes de implementar novas exposições ou programas? Existe um processo prévio de consulta com os públicos relevantes para identificar as suas necessidades e desafios?

MR: Havia. Até há uns anos, nós tínhamos inquéritos de satisfação. Esses inquéritos eram dados ao responsável do grupo e o responsável, nos cinco minutos depois da atividade acabar, preenchia aquilo e entregava-nos. Às vezes, levavam e enviavam digitalizado. A minha experiência é que quando levavam, depois não digitalizavam. Eram poucos os que digitalizaram para enviar. Mas pronto, mas tínhamos e era uma maneira de nós sabermos alguns interesses e necessidades do público. Mas era um inquérito, que se focava muito na qualidade da atividade, sobretudo ao nível do mediador, e os nossos mediadores são externos, então não nos pareceu uma boa política estarmos a avaliar um mediador que é externo. E, então, por esta e outras razões, deixámos de ter a pessoa para gerir estes inquéritos, para gerir informação, para criar os relatórios e tudo mais. Estes inquéritos deixaram de ser feitos. Como nós temos estas reuniões técnicas na programação para públicos como deficiência, nós conseguimos ter uma avaliação muito informal, mas muito informal mesmo, porque as pessoas, nós perguntamos, "Então como é que aconteceu? Houve alguma que não tenha corrido tão bem? Houve alguma que tenha suscitado mais interesse? Gostavam de repetir alguma?". Nós aí conseguimos ter aqui um "barómetrozito" de como é que funcionou. Se o mediador esteve bem ou não. Aí, às vezes temos - principalmente quando não funciona tão bem - eles dizem: "Ah, olha, esta mediadora não soube lidar com este grupo. Senti que estava um bocadinho desconfortável". Às vezes coincide com mediadores que são novos, que podem estar um bocadinho mais "verditos", e nós não costumamos dizer isso ao público antes deles virem, mas depois partilhamos, quando eles dão esse feedback: "Ah, pois. Olhe, sabe, é o primeiro ano dela ou dele". E isso vai acontecendo. No percurso tátil, temos contado com um trabalho de *focus group*, também informal, ou seja, não está nada protocolado. As pessoas não são pagas. A única coisa que nós fazíamos era convidar a vir a uma visita mediada. Oferecíamos a visita e isso continuamos, ou seja, as visitas continuam a acontecer e nós no fim perguntamos, "como é que é?" ou durante a atividade conseguimos perceber o que é que as pessoas vão dizendo ou vamos perguntando também, mais sobretudo quando há mudanças de

obra, não é. Quando estamos na obra, estamos a falar da obra, veem os materiais, veem a obra, veem tudo. A audiodescrição também, se for o caso. Quando estamos na passagem, às vezes perguntamos, "este material funcionou?, não funcionou? Alguma sugestão de melhoria? ", "Houve aqui uma dificuldade minha... [pomos sempre a questão em nós] de ajudar aqui a orientar. Como é que eu poderia melhorar?" Pronto, claro que isto depois também é muito feedback individual de cada pessoa. O que funciona com um, pode não funcionar com outro, mas nós também já temos alguma experiência para perceber um bocadinho o que é que pode ser transversal e o que pode ser mais individualizado. E claro que o que é individualizado, fica um bocadinho em carteira e nós ficamos com um leque de opções que nos remetemos sempre quando temos uma pessoa nova e não sabemos como é que vamos trabalhar com ela. E já temos ali a pessoa que gosta de ser tocada, a que não gosta, a que gosta de ser orientada só pela voz e, portanto, nós vamos tendo várias informações e todas elas bastante ricas. Outra coisa que nós fazemos para avaliar a nossa programação e, aqui, é um bocadinho a nível de equipa e que não descuramos, mesmo os novos, já estão a fazer também, é no final da atividade, eu já não consigo ir acompanhar todas as atividades como gostaria, eles vêm ter comigo ou eu vou ter com eles. E aí pergunto "Como é que correu?", "Como é que não correu?", "Houve alguém que teve mais dificuldades?", "Como é que tu te sentiste perante determinada situação?" ou "Ah! Aconteceu isto". E eu: "Ah, ok!". "Então como é que tu reagiste a isso?", "Ah, reagi assim". E eu: "Olha que engraçado! Eu, se calhar, se fosse eu, reagiria aquelo outro ou cozido". E ele disse, "Ah, mas tu achas que eu fiz mal?". "Não, não! Resultou, não resultou? Então é porque fizeste bem para o grupo. Eu não conheço o grupo. Estou a dizer que, pela minha experiência, poderia ter feito de outra maneira, mas agora já temos duas maneiras de fazer, não é? A tua, de hoje, e a minha, do hipotético". E, portanto, estas reflexões, muitas das vezes, ajudam-nos a trabalhar, não só para uma atividade específica, como para um mediador específico, como para uma equipa que trabalha com esta população. E, portanto, é um momento que nós, que são cinco, dez minutos, não demora muito mais tempo. Às vezes até incluímos os seguranças ou as pessoas que estavam em sala com os mediadores e, inclusivamente, mais com o grupo com demências, eu faço, depois, uma reunião a seguir, também muito curta, também por teams com o técnico que estive. Se houve assim uma situação mais de se falar, que saia assim um bocadinho da norma. Eu peço para falar, para perceber as várias situações. E não é necessariamente uma coisa má. Às vezes, aconteceu uma coisa extraordinária e eu quero perceber com o técnico se a pessoa é mesmo assim, o que é que despoletou este momento tão bom e como é que nós podemos perpetuá-lo, não é,

como é que podemos replicá-lo. Portanto, é assim nestes momentos, mas é tudo muito informal, neste momento.

29. O museu oferece formação específica aos colaboradores para os preparar adequadamente para a receção de visitantes com deficiências sensoriais?

MR: Não. Nesse âmbito em específico, não. O que o museu faz é no início de cada temporada, quando há assim uma mexida na nossa coleção ou quando há uma exposição temporária, nós fazemos visitas com os conservadores. São os conservadores que dão essa formação teórica à nossa equipa. Se nós dinamizarmos formações para o público em geral, normalmente também disponibilizamos uma ou duas vagas a mediadores que estejam interessados e é gratuito, porque também estamos a investir na equipa que estamos a contratar, não é. Isto ao nível do museu. Eu sei que tu estás a fazer só a nível do museu, mas assim ficas também com outras... O CAM, sei que, pelo menos, até ao ano passado, fazia uma formação que, na verdade, são trocas de experiências, são momentos dinamizados pela equipa residente, que potencia a participação e a troca de experiências entre os mediadores e, depois, eles é que escolhem... Às vezes é uma situação, um problema que se lança e que eles têm de resolver. Pronto. É assim um bocadinho mais *teambuilding*, digamos assim, mas para o crescimento de todos, que também acaba por acontecer nas visitas com os conservadores no museu. Porque, muitas das vezes, eles leram outras coisas noutros lados e já fazem na visita de determinada maneira e trocam ali algumas experiências também durante a visita com o conservador. Às vezes, há é mais ou menos tempo do conservador para dar espaço a esta conversa e a conversa pode acontecer na presença do conservador ou no fim. É a diferença.

30. Garantir o acesso e a participação em atividades culturais no museu pode impactar positivamente a confiança, a autoestima e a autodeterminação dos indivíduos, especialmente aqueles com deficiência?

MR: Sim, completamente. A nossa maneira de mediar é a partir das experiências de cada um e, portanto, nós estamos a validar, estamos logo a valorizar e a validar o que tu trazes. Só aqui nós estamos a abrir logo um terreno bastante fértil para a participação ativa de cada pessoa que vai às atividades e, aqui, em qualquer uma das atividades, mesmo quando é um conservador, eles também fazem perguntas e também pressupõe ali um discurso. Claro que depois depende um bocadinho da personalidade de cada conservador, abrir mais ou menos, este espaço de diálogo. Mas é uma linha de identidade que nós temos aqui no museu, claro, mais fortemente ligada ao trabalho de mediação. E, portanto, é muito com esta, eu acho que estou a repetir, mas não faz mal,

só reforça aqui as informações. Quando nós temos um papel de criar relação com o outro, com as questões da atualidade... Nós temos objetos do século XII, de não sei quantos anos antes de Cristo... Mas são objetos com potencial para trabalhar questões atuais e, portanto, quando nós temos esta responsabilidade e este papel na inclusão social, mas acima de tudo, no trabalho com o público, enquanto serviço educativo, estamos também a potenciar estas questões de identidade, de valorização pessoal, de bem-estar, de aproximação, não é. Tudo isto, as pessoas, por norma, saem a sentir-se bem. Não saem a sentir que não valem nada, com sentimentos de frustração. Claro que, às vezes, as atividades são exigentes e a pessoa, a primeira coisa que quer é sair dali, e dizer que não faz. Nós também estamos lá para lhes dar a mão, não literal, mas, para lhes dar a mão e acompanhar no processo e para fazer cumprir a atividade. E quando cumprem, a satisfação é tanta, de orgulho, sabes, de "Epá, eu afinal eu conseguia", de reconhecerem, de voltarem a lembrar-se que são capazes ou que, afinal, tinham uma competência que desconheciam. Muitas das vezes são coisas mínimas, mas que abrem uma "janelita" para outras coisas na vida das pessoas. E eu acho isso maravilhoso. Nós tínhamos cá uma senhora, agora estava a falar disto, e estava-me a lembrar, da Carolina [nome fictício], uma senhora com doença mental, que vem cá já há dez anos, pelo menos, sempre enquadrada num grupo. E nos primeiros anos, ela vinha e no momento em que dizia "Olá. Eu sou a Carolina", também dizia "Eu às quatro tenho de sair. A atividade é às quatro que acaba? É que eu às quatro tenho de sair. Tenho de ir fazer o jantar para o meu marido". "Está bem. Não se preocupe. Às quatro está a acabar", dizia eu. E nós cumpríamos. Dizíamos às quatro, às quatro estavam a sair. Às vezes até saíam antes, e nós dizíamos: "Olhe Carolina, tem aqui mais dez minutinhos para o jantar com o seu marido". E ela dizia "Ah, está bem, está bem, muito obrigada, muito obrigada doutora". Eles, às vezes, chamam-nos Doutores. Nós tentamos também tirar isso, também porque é mais uma maneira de nos aproximarmos. É "eu sou a Margarida, o Doutor está no hospital". Pronto, e a partir daqui, seguimos a conversa. Mas, esta Carolina é assim mais inibida. E, a Carolina, embora seja uma pessoa verdadeira, é, aqui, um exemplo que tu consegues encontrar com várias idades e com várias tipologias de grupo. É assim mais inibida, mais frágil, no sentido do comportamento e, a pouco e pouco, começou a estar mais à frente no grupo, a participar, e, depois, certo dia, diz-nos assim: "Sabe, eu vi aquela obra, e estava num autocarro, e vi uma coisa que era parecida". E nós: "Ai foi, Carolina? E, então, o que é que era isso do autocarro?". "Era uma publicidade ao Museu de Arte Contemporânea". E eu: "Ah! E foi ao Museu?". E ela: "Primeiro não, mas depois fui!". E eu: "Opah, isto é maravilhoso!". Ela já só não vem ao nosso, há dez anos, mas agora já vai a outros. E sente-se bem ir a outros sozinha. Estás a ver o papel, o impacto que estamos aqui a fazer... Quando tu tens uma pessoa dizer,

"eu comecei a ir a outros museus" ... Opa está tudo ganho, não é? É maravilhoso. E, portanto, eu acho que isso só era possível se estivéssemos a trabalhar estas questões que tu falaste aqui, não é? O potencializar a participação, mas para as questões individuais. Só isso.

31. Como vê o futuro das práticas multissensoriais no museu? Existem planos para expandir ou inovar nesta área, particularmente no que diz respeito à inclusão de pessoas com deficiências sensoriais?

MR: Bem, eu sei que o museu tem apostado nesta área e tem todo o interesse em aumentá-la. Agora, é sem compromisso que eu vou dizer, porque não depende de mim, ainda por cima sou trabalhadora externa, posso ir para outros lados, mas o museu continua com esta linha de trabalho. Nós, atualmente, temos um projeto com a ESE de Lisboa, que se chama "*Art to Touch*". Na verdade, é que com o *Fab Lab* da ESE de Lisboa. Estão a tentar adquirir um scan para digitalizar obras de arte ou objetos no geral. No nosso caso, este projeto tem como objetivo criar réplicas, não sei se se pode dizer isto assim, com o intuito de acessibilidade visual. Portanto, claro que vamos fazer o scan das obras, mas vamos também alterá-las de maneira que seja acessível a pessoas com cegueira e baixa visão. E vão ser só duas obras de arte. O compromisso é de duas obras de arte. No final, estarem impressas com materiais diversificados porque queremos também, não é só, ou melhor, é no âmbito da acessibilidade visual, mas queremos também testar que materiais, para além do plástico, que não é um material muito bem visto na área dos museus, o que é que existe para criar materiais táteis, que sejam duradouros, limpáveis e resistentes, não é? E, portanto, vamos com eles trabalhar neste âmbito. Noutros anos, já participamos em projetos europeus, que também nos dão aqui algum suporte e, às vezes, uma rampa para introduzirmos alguns temas. Portanto, nós vamos tendo aqui algumas parcerias que nos ajudam a continuar o trabalho interno. O trabalho com os fornecedores, como é um trabalho muito próximo também e tem muito esta troca de ideias, muitas das vezes são pequenas formações que eu vou tendo e que são maravilhosas porque fico sempre a aprender um bocadinho mais, o tipo de letra que funciona, outro tipo de letra que também funciona, o tamanho da letra que funciona para a baixa visão, qual é que é o nível de contraste... Se é só o branco no preto ou o preto no branco ou se há outras cores que também permitem. Claro que essa experiência com os fornecedores é só sobre esta questão do tato acima de tudo porque é o que nós temos andado a trabalhar. Não sei se vai haver a vontade de ter cheiros. Acho que entre os cheiros e os sabores, será mais fácil ter os cheiros porque lá está, não podendo levar comida para o museu. Os cheiros têm de ser sintéticos, não é, e a comida, bem, não pode ser sintética, não pode ir. Portanto, só em

sala. A parte da comida estou de pés e mãos atadas, até mudarem a regra. Não consigo fazer nada. Mas, o olfato, pode ser que um dia se justifique fazer, sim.

32. Quais características devem estar presentes para que um museu possa ser considerado plenamente inclusivo?

MR: Isto do "plenamente inclusivo" é traiçoeiro, Sara, porque eu acredito que o "plenamente inclusivo", para já, é uma grande utopia, que nós queremos muito lá chegar, mas temos um caminho enorme a fazer. Até porque a diversidade das pessoas, não é, do mundo, só aumenta. Nós somos todos diferentes. Teimamos em dizer que somos todos iguais, mas não somos todos iguais. Nós temos de ter um tratamento equitativo, não é igualitário e, portanto, o equitativo pressupõe que nós somos diferentes e que o que se faz é para cada um. No museu, fazer para cada um, é difícil. Primeiro, porque todos nós temos maneiras diferentes de ver. Se há museus que têm uma sala à parte, isto está aqui muito na minha memória, porque eu falei disto há pouco tempo, mas se há museus que têm uma sala à parte para os materiais táteis... O Prado acho que teve durante uns tempos... ou não sei se é o Louvre, se é um outro em França, que também tem uma sala à parte... Por um lado, pode-se justificar, mas se nós temos uma sala à parte para o público cego, devemos ter uma sala à parte para quem tem medo do escuro, uma sala à parte para quem prefere ouvir em vez de ler, uma sala à parte para quem prefere sentir em vez de ver, e, a certa altura, todos nós estávamos numa sala diferente para tudo. Também não é suposto. Portanto, eu acho que o desafio está em pensar em recursos que cheguem ao maior número de pessoas, pensando na diversidade e na especificidade de cada um. E o desafio está aqui. Ter um audioguia dá para a maioria, dá. Então e para a especificidade, se calhar, um audioguia para chegar à pessoa cega, não precisa de mudar o conteúdo, nem a forma como o conteúdo está, mas é preciso ter uma componente de descrição da obra. Mas, por exemplo, se for uma criança sem deficiência, se calhar, algumas das, a forma de se expor o conteúdo tem de ser diferente. Não quer dizer que seja infantil, mas pode ser diferente. Pode ser um texto mais próximo. Uma pessoa com deficiência, para além disto tudo, ainda tem alguma dificuldade em perceber os conceitos, se calhar até tem alguma dificuldade em gerir um audioguia, em utilizar um audioguia. Então, se calhar, para além do audioguia, temos de ter um mecanismo ou um manual de instruções ou alguém que explique, previamente, como é que ele se usa. Portanto, todas estas questões, que já estão a ser pensadas, atualmente, no museu, para audioguias futuros, só vão aumentar as questões quando pensarmos nos outros públicos todos. Então e se for um surdo, que tem uma gramática própria, que não percebe a totalidade dos nossos textos, se calhar, o audioguia não pode ser só áudio, tem de ser vídeo-áudio, para ter um ecrã com a

Língua Gestual. Então, mas se tem ecrã, também tem potencial para ter uma obra de arte lá colocada para as crianças ou, se calhar, pode ter um pequeno vídeo. E aí os potenciais são outros. E aí o audioguia já é um mega recurso. Se calhar, multissensorial. Só não te oferece a comida! Mas, de resto, dá para ter quase tudo! Portanto, eu acho que o desafio, está mesmo aqui. Que isso não nos desmoralize e que não nos desmotive e que não nos tire o ânimo de chegar à ideologia do "plenamente inclusivo". Mas, acho que estamos longe do "plenamente inclusivo". Mas estamos no caminho.

Apêndice 12 – Transcrição da entrevista com Tiago Guerreiro e Teresa Costa do Museu Bordalo Pinheiro

1. Para dar início a esta entrevista, poderia falar um pouco sobre o seu percurso académico e profissional que precede o desempenho das suas atuais funções?

TS: Olha... é difícil resumir. Percurso académico, Licenciatura em Ciência Política e Relações Internacionais na FCSH; Mestrado em Literatura Comparada na Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa. Iniciei o percurso profissional na área da comunicação em 2009, no jornal I, ou seja, comecei pelo jornalismo, mas depois passei por diferentes áreas da comunicação, desde copywriting, assessoria de imprensa [...], gestão de comunicação, que é aquilo que faço atualmente, em diferentes áreas, desde ONG's, política, universidades. No caso de copywriting, publicidade vá, tinha várias empresas desde a TAP, à Brisa, etc. E, desde 2019, estou no Museu Bordalo Pinheiro.

2. O museu tem uma equipa ou departamento de comunicação responsável pelo planeamento estratégico e pela divulgação das suas atividades?

TS: Tem uma pessoa, que sou eu.

3. É responsável tanto pelas atividades de relações públicas como as de marketing, ou são geridos de forma independente no museu?

TS: Nós não temos uma equipa de relações públicas, nem temos uma pessoa exclusivamente responsável pelas relações públicas...dependendo do que se trata, acho que todos aqui assumimos um pouco essa figura de RP. Eu trato obviamente do trabalho com a imprensa, junto da imprensa, mas, por exemplo, se o assunto são professores, se o trabalho é com professores, muitas vezes quem assume é [...] o próprio serviço educativo, que é uma equipa maior, são cinco pessoas.

4. Quais são as suas principais responsabilidades e funções no museu?

TS: A principal responsabilidade é assegurar que a comunicação do que é feito no museu é passado para o público, ou seja, desde as nossas atividades do dia-a-dia, mas também a missão primordial e geral do museu, que é a divulgação do trabalho de Rafael Bordalo Pinheiro e da nossa coleção... tentar assegurar que há essa passagem de informação.

5. Participa ativamente no planeamento e na tomada de decisões administrativas e estratégicas da organização?

TG: Estratégicas sim, administrativas não.

6. Considera a inclusão social uma prioridade para o museu?

TG: Sim, considero.

7. Na sua opinião, as relações públicas podem contribuir para que o museu atinja os seus objetivos de inclusão social?

TG: Sim, sem dúvida, e posso dar um pequeno exemplo. Eu, e a minha colega, Teresa, que está aqui ao lado, achámos por bem, seria uma forma mais eficaz de comunicar, contactar diretamente associações por e-mail, ou seja, em vez de enviar uma newsletter, em vez de pôr informação nas redes sociais, que não há garante que chegue a alguém, neste caso um público muito, muito, específico, que não é o público em geral... achámos por bem reunir contactos de associações [...] que trabalham com estes públicos, e enviar um e-mail personalizado. Eu acho que isto responde.

8. Colabora com os outros departamentos, nomeadamente com o serviço educativo, no desenvolvimento de novas exposições, programas e eventos?

TG: Diariamente.

9. Poderia descrever como se processa essa colaboração?

TG: Desde há três ou quatro meses temos a vantagem de até estarmos no mesmo piso. Às vezes, a comunicação basta gritar daqui para ali e estamos a comunicar, troca de emails, etc., mas processa-se acho que bem [...] acho que funciona muito bem... somos uma equipa mais jovem do museu, todos os departamentos, somos as equipas... eu não sou uma equipa... acho que não se pode chamar equipa a uma pessoa, duas pessoas é uma equipa, uma pessoa... Eu acho que o facto de termos idades aproximadas e sermos geracionalmente próximos, faz com que tenhamos, se calhar também, a mesma mundividência, digamos assim, e tenhamos uma visão parecida ou semelhante daquilo que pode ou deve ser o museu... isso ajuda, sem dúvida. Acho que nos relacionamos muito bem, ou seja, eu relaciono-me muito bem com todas as equipas e com as pessoas do serviço educativo, e nunca houve, acho eu, nenhum problema, nenhuma questão [...]. Não é por estar aqui a Teresa à minha frente... Se as coisas funcionassem mal, eu acho que dizia também. Acho que temos a vantagem também de ser um museu pequeno, e o facto de ser um museu pequeno, com poucas pessoas, tem vantagens e desvantagens, como tu vais ver... eu li o guião, portanto sei que há perguntas que eu vou dar uma resposta menos boa... porque, lá está, somos uma pequena equipa, o museu... mas, sim, a resposta é fantástica!

10. Foi realizado algum mapeamento para identificar os diferentes públicos do museu?

TG: Houve tentativas no passado de entregar aos visitantes uma folha que eles preenchessem, identificando algumas características, desde a nacionalidade, à idade [...]. No entanto, a maior parte dos visitantes não preenche, o que nos impede de ter uma visão global do tipo de público. Temos percepção, que é diferente, não temos dados concretos, temos a percepção apenas e, eu não sei se, por exemplo, nós neste momento, por causa do RGPD, podemos, acho que não, perguntar dados pessoais [...] Por exemplo, eu visito um museu norte-americano e a primeira coisa que me perguntam antes de eu comprar o bilhete é: "qual é a tua nacionalidade?" É logo a primeira pergunta, qualquer museu americano. Ou seja, o estudo de público começa na bilheteira. Nós aqui não temos essa hipótese, portanto, não há um estudo de público, há uma percepção.

11. Quais são as principais estratégias de comunicação adotadas pelo museu para comunicar com os seus diferentes públicos?

TG: [...] Estratégia – plano, podem ser sinónimos. Mas, normalmente, há um plano anual que está, obviamente, ou depende, da nossa programação, nomeadamente expositiva. Esse plano expositivo, muitas vezes, não se concretiza, então temos de reavaliar as nossas prioridades, em termos de investimento, etc. Mas, além disso, existem estratégias, que não estão ligadas necessariamente a um plano com uma duração no tempo, mas que são estratégias gerais do museu, uma delas é, por exemplo, usar o humor e humanizar as redes sociais, ou seja, tornar as redes sociais realmente sociais. É uma estratégia que a nosso ver tem dado frutos, a nível de aumento do número de seguidores, engajamento de públicos no digital.

12. Quais são os canais de comunicação utilizados pelo museu para comunicar com os seus diferentes públicos?

TG: Nós temos vários. Temos redes sociais, em que temos sobretudo Facebook e Instagram. Depois, YouTube. Temos um Twitter, que dado o pouco tempo que eu tenho, não é... sou só uma pessoa, vai sendo descurado... Temos um LinkedIn, ou seja, neste momento, temos cinco redes sociais. Temos outros canais, temos a newsletter... mass mailing... usamos também mensalmente, usamo-la também para contactos com a imprensa. Contactos, por exemplo, com professores [...], o canal é o e-mail, muitas das vezes. Gostamos de fazer uma coisa mais personalizável, ou com outros públicos, como os públicos que referimos há bocado [públicos com deficiências sensoriais], também preferimos contactar... não são necessariamente os públicos, mas são, no fundo, um meio, a uma associação que permite, se calhar, chegar aos públicos, e direccionar, desta forma, o contacto. Temos o website. Temos, aliás, um subdomínio, que também é

importante, que é a coleção. Temos uma coleção com mais de 13.000 objetos... a coleção digital tem mais de 13.000 entradas. Mais outras 4.000 e tal para a própria biblioteca. Eu faço esta distinção (entre estes dois canais) porque o website é o website geral... tem lá tudo. A coleção é uma coisa muito concreta, mas que interessa muito a investigadores, etc. E, depois, [...] há os métodos tradicionais de comunicação. Às vezes uma folha de sala, que não é tanto responsabilidade minha... é mais responsabilidade do design e da curadoria ou da investigação. Nós não temos um curador neste museu, então temos a figura do curador. Então, quando há uma exposição, o curador é um de nós. Nós agora até estamos a pensar numa exposição, numa próxima exposição, em que os curadores são todas as equipas... as pessoas do museu... ou será uma pessoa de fora convidada para fazer a curadoria. Mas isto é importante porquê? A curadoria também comunica. As legendas comunicam e as legendas aí são normalmente responsabilidade do curador. Mas, lá está, os métodos tradicionais são a folha de sala, a legenda, a comunicação visual. Por exemplo, aquela estátua que está ali no meio da estrada, ajuda a comunicar, ajuda as pessoas que passem ali pelo Campo Grande, saibam que há [...] aqui um museu, porque esta moradia pequenina de 1906, às vezes, passam aqui à frente e não se apercebem que têm aqui um museu. E não podemos pôr assim uma placa enorme, a dizer "museu", porque paisagisticamente não resulta. E eu acho que não me estou a esquecer de nada, de canais de comunicação. Há os digitais, que já referi. Nós trabalhamos com uma plataforma [...] que é a Zoomguide, que é uma pequena plataforma, que permite às pessoas que ali na entrada no museu... na bilheteira, por um euro, possam usá-la durante a visita e permite que com telemóvel... não é uma aplicação sequer... é mesmo uma plataforma que se tem acesso através do website da Zoomguide. Com o smartphone, apontamos para uma peça e recebemos no telemóvel informação sobre essa peça, desde texto, a áudio, em sete línguas. Portanto, é uma das, é uma forma também, acho que, de comunicar, não é? Acho que essencialmente é isto.

13. Quando o museu planeia e desenvolve uma nova campanha de comunicação, colabora com outros departamentos, nomeadamente na criação das mensagens a serem veiculadas?

TG: Sim, há sempre esse trabalho. Em primeiro lugar com a Direção. [...] Há sempre esse trabalho direto com a Direção, mas também, muitas vezes, muito frequentemente, com a equipa de design e museografia, que não é uma equipa, é da mesma pessoa, e com outras pessoas do museu, se acharmos bem. O facto de ser um museu pequeno, não é, faz com que tenhamos pessoas de diferentes departamentos, um papel transversal e acabamos por estarmos a falar de uma campanha de comunicação, sei lá,

cinco, seis, sete pessoas que, às vezes não têm nada a ver com comunicação. Portanto, há essa ligação, sem dúvida.

14. A comunicação com os públicos ocorre diariamente?

TG: Quase diariamente. Sábado e Domingo são dias de descanso. Mas... quer dizer... a comunicação não deixa de acontecer, até porque posso fazer um *post* sexta à noite e só sábado é que é visto. Portanto, é diária. É diária e mais do que diária... provavelmente, o Museu Bordalo Pinheiro é o museu que faz mais *posts*, talvez do país inteiro. A seguir, um caso que, para mim, é o Serralves, que faz seis *post* por dia, mas não sabem, às vezes, o que fazem. No universo EGEAC, eu tenho a certeza de que o Museu Bordalo Pinheiro é o equipamento cultural que mais *post* faz [...] por ano. Fazemos, em média, mais de um *post*, acho eu... um vírgula qualquer coisa [1,...] ... fazemos uma média.

15. Essa frequência de publicações, como um *post* por dia ou mais, inclui também, por exemplo, partilhas nas histórias do Instagram?

TG: Nas histórias nem se fala, porque, às vezes, eu faço partilhas das histórias de outras pessoas que identificam o museu. Partilho o mesmo *post*, às vezes, várias vezes se for agenda, por exemplo, o anúncio de uma atividade, os anúncios das atividades mensais.

16. Além das estratégias e canais de comunicação já mencionados, o museu utiliza outras estratégias e meios para comunicar diretamente com as pessoas com deficiências sensoriais?

TG: Recapitulando, só redes sociais, website, newsletter, o email, que é muito importante, acho eu, [...]. Nós temos um vídeo que nos foi enviado recentemente por uma guia que faz visitas guiadas em Língua Gestual Portuguesa e que na divulgação, ou seja, o vídeo pode ser considerado um meio, o meio, neste caso, é o vídeo.

17. Os materiais impressos, como os cartazes, folhetos e brochuras, são adaptados para atender às necessidades das pessoas com deficiência visual? Incluem, por exemplo, leitura em braille, letras em impressão aumentada, versões online acessíveis e cores com bom contraste?

TG: Ora, braille, já fizemos, acho eu, essa experiência, mas raramente. Porquê? Não é porque nos falte vontade, mas porque não há dinheiro. Ou seja, não há dinheiro, por muito que gostássemos de fazer. A letra aumentada não tenho agora ideia que tenhamos feito. Letra contrastada, as cores certas... para daltónicos sim. O website foi pensado, por exemplo, para daltónicos. Não sou eu, responsável, ou seja, não é

comigo... Não sei se já te apercebeste, mas há uma divisão entre a comunicação e o design. A responsável pelo design é a minha colega Rita e, muitas vezes, as folhas de sala, alguns folhetos nem passam por mim. Muitas vezes passam porque pedem-me a opinião e quando eu vejo, por exemplo, que a letra é serifada, tento alertar por causa, neste caso dos disléxicos. [...] Deve-se evitar porque aquelas coisinhas nos cantos das letras podem confundir e o que acontece é que um B é um P, ou ao contrário, não é? E isso pode causar muita confusão. Sim, é uma coisa que nós temos em conta. E nós temos regularmente, tanto eu como a Rita, do Design e da Museografia, formações nesta área. Ou seja, a própria empresa, a EGEAC ou a Lisboa Cultura, como tu queiras, promove várias formações e, com alguma regularidade, nós frequentamos para estar também atualizados. E uma coisa que, se calhar, podemos falar, vem, acho eu, ao encontro às várias perguntas que fazes é nós estamos a preparar, neste momento, a próxima exposição de longa duração, ou seja, uma exposição que esperemos que esteja pelo menos dez anos. A última já estava há quinze, acho eu. E é a esse nível que a própria exposição está a ser pensada.

18. Os visitantes com deficiência auditiva podem solicitar uma visita guiada com interpretação em Língua Gestual Portuguesa?

TG: Podem e devem.

19. O website do museu é acessível para visitantes com deficiência sensorial (invisuais e surdos)? O website está em conformidade com as Diretrizes de Acessibilidade para Conteúdo da Web (WCAG) do World Wide Web Consortium (W3C)? Qual é o nível de acessibilidade dos conteúdos escritos, bem como das imagens e vídeos disponíveis no website?

TG: O website quando foi criado em 2019, foi pensado para ser completamente acessível, ou seja, já referi há bocado as cores, por exemplo, mas, [...] o wordpress, neste momento, [...] nós trabalhamos em um ambiente de wordpress... já está pensado também para isso, ou seja, quando nós criamos um título, não é... uma coisa é estarmos no word... no word, criamos um título, mas só que aquilo não percebe que é um título... temos que pôr um bold, por exemplo, para aquilo perceber que é um título. No wordpress funciona mais ou menos da mesma maneira... nós podemos facilmente definir que uma linha é um título... depois, tem vários níveis de títulos, ou seja, permite hierarquizar informação e isto é muito importante para o público cego, nomeadamente... que não está a ver. Mas, o software que eles usam para ler permite-lhes perceber... ou o hardware, não sei... que aquilo é um título. Agora vou-te dar um exemplo. Às vezes esqueço-me de pôr o texto.. como é que se diz... o texto alternativo numa imagem do

website... aquilo obviamente diminui um bocadinho o nível de acessibilidade, mas, facilmente se corrige, porque hoje em dia há também websites que nos permitem avaliar. No caso de um website, o nível de acessibilidade, de identificar e corrigir os diferentes erros ou as melhorias que podemos fazer, digamos assim. Mas é uma preocupação nossa, ou seja, o nosso website foi feito em 2019. É normal que passados cinco anos haja uma necessidade de atualização desse nível de acessibilidade, mas é uma coisa que temos falado ultimamente. Temos falado sobre a necessidade de reavaliar o website, até para certificá-lo novamente, porque a certificação, se não for constante, não interessa ter um certificado com cinco anos. Requer atualização, não é?

TC: Nós neste momento também temos a decorrer uma consultoria por parte da APPDA, que é a Associação Portuguesa Para A Perturbação Do Défice De Atenção. [...] Essa consultoria permite-nos não só avaliar a parte da comunicação para este tipo de públicos, mas também a parte do serviço educativo, ou seja, com assistência às nossas atividades que, posteriormente, teremos um relatório em que serão dadas diretrizes para saber como adequar a comunicação e as atividades do serviço educativo a este tipo de público. É algo que ainda está a decorrer e, em princípio, em Janeiro, teremos esse relatório que nos permitirá também adequar ainda mais a nossa maneira de chegar a estes públicos.

20. As redes sociais do museu estão adaptadas para garantir a acessibilidade a pessoas com deficiências sensoriais?

TG: Não se se percebi a pergunta.

SARA COSTA (SC): Posso dar alguns exemplos. Escrever os hashtags no estilo "CamelCase", em que a primeira letra de cada palavra é maiúscula. Isto ajuda os leitores de ecrã a ler corretamente.

TG: Não sabia, mas já percebi. Faz sentido.

SC: Evitar também os emojis porque os leitores de ecrã têm alguma dificuldade em lê-los.

TG: As redes sociais não estão. Uso muitos emojis, mas vou estar atento, sobretudo à questão dos hashtags que uso no Instagram e no Facebook. Posso começar a pôr em maiúscula a partir de agora.

TC: Só referir o facto de a comunicação do museu ser feita em linguagem clara e acessível, portanto, não usa jargão técnico, não tem frases muito longas e, portanto, tem essas características que permitem aos leitores de ecrã identificar, mas também

outros tipos de público com deficiência intelectual, que eu sei que não é o alvo do seu [estudo].

[...]

21. Quais são os principais desafios que o museu enfrenta ao tentar comunicar eficazmente com o público com deficiências sensoriais?

TG: O principal desafio é, neste momento, a falta de financiamento e de tempo. [...]. É muito simples. Nós temos de comunicar, não é? A primeira coisa que fazemos é comunicar com o público em geral, ou seja, tentar chegar ao maior número de pessoas, mas depois para públicos específicos, temos de adaptar, lá está, o uso do braille [...] Se tiver de escolher entre uma folha de sala em língua portuguesa e outra [...] em braille... É assim, com o braille, vou chegar, por exemplo, a dez pessoas, com a outra vou chegar a cem pessoas. Naturalmente, temos de ser democráticos e temos de pensar em primeiro lugar na maioria. Por isso é que eu digo, mais uma vez, que a questão de trabalhar, do ponto de vista de comunicação, as acessibilidades, muitas vezes é uma questão de financiamento e de tempo. Se tivesse outra pessoa comigo aqui... não era preciso muito mais pessoas... mas se tivesse outra pessoa comigo na comunicação, se calhar ela podia dedicar-se com mais tempo a estas questões ou se tivéssemos o dobro do orçamento... Eu não queria entrar por aqui, porque não me é se calhar sequer permitido, mas acho que posso dizer que, por exemplo, nós temos nem um vigésimo de... o nosso orçamento, comparado com o orçamento de alguns teatros da mesma empresa, é nada... para a comunicação. Quando eu digo comunicação é tudo isto... as folhas de sala, uma folha de sala em braille, por exemplo, ou um folheto, a web/o digital, não é... Há orçamentos que são trinta vezes mais o nosso para estas coisas. Isto é muito importante, não é... Porque com dinheiro consegue-se muita coisa, não é. O dinheiro traz felicidade, ao contrário do que se diz. Traz felicidade e acessibilidade. Mas isto para que se perceba que muitas das vezes, o facto de não sermos mais acessíveis não tem a ver com falta de vontade. Às vezes, se calhar, podemos ter mais vontade do que outros equipamentos culturais neste caso, mas é uma questão de falta de financiamento ou de tempo.

[...]

22. Quando o museu desenvolve uma nova exposição ou programa, existe um processo prévio de consulta com os públicos relevantes para identificar as suas necessidades e desafios? Em particular, como é que essa consulta é realizada com pessoas com deficiências sensoriais e com as organizações que as representam?

TG: Como eu já referi há bocado, não temos estes estudos de público, portanto, a resposta é não. Não falamos. Não há. Há é, como também já referi, um trabalho, às vezes, com as associações. Por exemplo, ultimamente até temos convidado a ACAPO [Associação dos Cegos e Amblíopes de Portugal] para vir à nossa... fazemos, duas vezes por ano, uma feira do livro no museu, que é neste átrio em baixo, na primavera e no outono. E, convidamos, duas ou três livrarias, mas ultimamente temos convidado a ACAPO, ou seja, há uma tentativa de aproximação a estas associações que, no fundo, são uma espécie de intermediário entre nós e o público... este público específico ao qual temos vontade, muita vontade de chegar.

TC: Quando falámos do contacto com as associações, quero só acrescentar, porque o Tiago não terá referido, que nós perguntámos como é que estas associações queriam que fosse a comunicação com eles, portanto, o nosso início foi assim. Foi: "como é que é a melhor maneira de vos chegarmos?"... Pronto, e depois, entretanto, foi esta sugestão por e-mail e depois a outra questão é... Portanto, ao nível dos melhoramentos de pedirmos a opinião das pessoas, muitas vezes, quando temos as visitas, no caso das visitas áudio-descritas, que são aquelas que agora estão a acontecer, assim com mais regularidade e há mais tempo, nós perguntamos sempre, no fim da própria visita, reservamos um espaço [...] para perguntar como é que o museu pode melhorar, naquela visita específica, e noutros aspetos, até da acessibilidade. Portanto, são consultas informais. Queremos ter uma espécie de espaço consultivo com estas associações que, neste momento, acontece de forma informal. E, portanto, esse contacto é muito direto e pessoal.

23. No passado, além da consulta, o museu já adotou outros métodos para investigar os problemas e desafios enfrentados por pessoas com deficiências sensoriais ou sempre aconteceu desta forma que mencionou?

TC: Eu penso que [...] é algo que acontece há cerca de um, dois anos. Nós, no passado, já tivemos visitas em Língua Gestual Portuguesa, que, entretanto, foram interrompidas e que vão ser retomadas agora em novembro. E também queria referir... quando falámos nos recursos das próprias exposições... que a exposição que ainda está patente ali na Biblioteca, no Conversas à Solta. Existia um código QR que remetia as pessoas para a audição das cartas, que eram um pouco o centro desta exposição. E, portanto, queria só referir isso... portanto, essa exposição teve um recurso específico para pessoas cegas ou com baixa visão.

TG: Mas aproveito esta deixa da Teresa para afirmar que é, mais uma vez, uma questão de financiamento e de recursos. Nós não temos recursos para fazer isto em todas as

exposições temporárias, que são exposições de dois, três, quatro meses. Mas agora estamos realmente empenhados em que a nova exposição de longa duração tenha o máximo de recursos e aí, acho que durante a entrevista com a Liliana, acho que vão aprofundar. Acho que este trabalho está a ser feito sobretudo pelo educativo, não é, em parceria com a museografia. Por isso, há de ter tempo de abordar essa questão, que é muito importante.

24. Considera que a colaboração com influenciadores digitais com deficiência pode ser uma estratégia eficaz para os museus, servindo como forma de consulta, dada a sua experiência e entendimento das necessidades das pessoas com deficiências?

TG: Não tenho a menor dúvida, claro que sim. Temos um exemplo recente com o projeto "Vai de Rodas", que esteve cá no museu recentemente e publicou há pouco tempo um vídeo no Youtube sobre a sua experiência. Agora se aquilo é eficaz, eu tenho quase a certeza que é porque acho que o público destes projetos muito específicos serão esse público que nós estamos aqui a falar e que interessa.

25. Existem feedbacks regulares do público com deficiência sensorial sobre a acessibilidade das exposições e programas? Através de que canais chega esse retorno? Como são utilizados esses feedbacks?

TG: O feedback é muitas vezes dado através do livro de visitas, [...] às vezes do Google, não é, porque no Google dá para avaliar [...]. Temos centenas de avaliações e comentários, mas acho que o principal feedback é dado pelos visitantes no final das visitas ou das atividades.

26. Está familiarizado com o conceito de comunicação multissensorial, especialmente no contexto museológico?

TG: Creio que sim.

27. O museu tem atualmente exposições ou programas que permitam aos visitantes explorar as coleções através de múltiplos sentidos, como o tato, o olfato ou o paladar?

TG: Sim, nós temos, por exemplo, peças táteis, objetos que as pessoas que não podem não ou conseguem ver podem sentir, não é, tocando.

TC: [...] O Tiago referiu as peças táteis, mas há, inclusivamente, peças da própria exposição que podem ser tocadas e isto é algo tem sido muito valorizado pelo público, sobretudo cego e com baixa visão. E porquê? É um trabalho feito em articulação com a

conservadora-restauradora do museu, que nos dá o feedback acerca do estado de conservação das peças, que permite que estas pessoas toquem os originais e é justamente dos fatores mais referidos, como de entusiasmo para vir ao museu. É a oportunidade de tocar em peças originais, porque muitas vezes, as réplicas que se fazem, impressões 3D, não são. Portanto, as pessoas não sentem que estejam mesmo a tocar, portanto, isto é algo que é importante para nós. Em articulação com a conservação, zelando pela segurança das peças, mas permitindo a este público minoritário, tocar os originais.

TG: Temos vários, não só estas peças, temos também... Como é que se chama aquilo?... Não me lembro agora do nome, mas são uns "papelinhos" que têm um relevo e as pessoas podem sentir o desenho [...]. Nós temos, sobretudo no Museu Bordalo Pinheiro, mas depois depende de cada espaço, mas cerâmica, que é esta tridimensionalidade que nós que conseguimos ver, percebemos. Como é que se explica a tridimensionalidade a um cego? É uma questão, não é... Se calhar, eles sentem essa tridimensionalidade porque movem-se no espaço, tocam, etc. Não sei. Mas também temos o desenho e o desenho [...] são duas dimensões [...] Suponho que exista o conceito de tridimensionalidade aplicado ao desenho e daí, a perspetiva, não é, que surge no renascimento com a câmara obscura, etc. A verdade é que o desenho é, essencialmente, bidimensional. O Museu Bordalo Pinheiro, em particular, não explora essa perspetiva, digamos. E é por isso que é mais ou menos fácil, a partir desses desenhos também ou dos desenhos até de peças cerâmica, fazer estes desenhos em relevo que nos permite com a ponta dos dedos ver, sentir o desenho, não é... E mais objetos que nós temos [...]. Recursos temos muitos. Se quiseres já vamos à parte dos recursos.

28. O museu já ofereceu no passado exposições ou programas com características semelhantes?

TG: Visitas guiadas constantemente. Para estes públicos específicos temos constantemente. Temos feito regularmente. Quando eu cheguei ao Museu em 2019, quatro meses antes da pandemia, todos os meses havia visitas em Língua Gestual Portuguesa. Em 2020 e 2021, em que para muita coisa [...], para quase tudo. Mas, por exemplo, surgiu outra oportunidade nessa altura, que foi o digital e as visitas guiadas em zoom. Foi fantástico. Permitiu-nos, já agora, falando de acessibilidade noutros termos, chegar a públicos que nunca chegaríamos. Porquê? Por causa da distância física, pelo menos chegar ao México, à China, Vila Real de Santo António, pessoas que nunca teriam acesso a uma visita guiada no museu se não tivesse sido a pandemia e

esse investimento consequente, não é, nas visitas guiadas online através do zoom. Foi um dos momentos em que nós trabalhávamos em parceria [...]. Ativar o zoom, fazer muitas conversas online em direto no Facebook, por exemplo. Live streaming é uma coisa que o zoom nos permitiu. O zoom permitia fazer esse tipo de coisa.

29. A comunicação multissensorial é uma boa estratégia para o museu implementar se visar melhorar a experiência de todos os visitantes, especialmente daqueles com deficiências sensoriais?

TG: Sim, sim, sem dúvida. Nós já estamos a pensar nessa questão com a nova exposição que teremos de longa duração, que já está a ser preparada, pensada, tendo isso em mente. Mas considero que é sempre uma experiência, pode ser uma experiência, um projeto interessante mesmo se pensarmos noutros sentidos, que, às vezes, são menos ativados, digamos assim, numa visita ao museu como o olfato, paladar. São coisas que são pouco exploradas, mas que, de vez em quando temos exemplos, sobretudo vindo lá de fora, não é. Têm mais dinheiro. Nós, através da mediação cultural, temos todos esses, temos todos os recursos que permitem a que qualquer pessoa, mediante marcação, explorar outros sentidos. Comer um pepino, por exemplo, estamos a falar sobre "O bordalo à mesa". É só para exemplificar.

30. Qual é o papel do departamento de comunicação ou do responsável pela comunicação, na conceção dessas exposições ou programas multissensoriais? Existe alguma colaboração com a curadoria das exposições ao nível da conceção? Como é que a comunicação e a curadoria se articulam?

TG: Olha, vou dar-te um exemplo... o caso concreto que falámos há pouco. A exposição "Conversas Soltas", que está neste momento na biblioteca do museu. Eu, na altura, fui responsável pela gravação de alguns desses testemunhos... desculpe, não é testemunhos... dessas leituras... leituras gravadas e pela sua reprodução. Depois, fui eu que criei os QR Codes, por exemplo. Isto, pronto, é um exemplo muito concreto. Depois a nível de organização, planeamento, pensamento, tento ser o mais prestável possível nesse aspeto. Tento dar ideias porque, às vezes, é uma questão de até de criatividade, não é. Às vezes pensamos "Ah, não sabemos, não conseguimos, não temos, não vamos poder", mas, às vezes, com criatividade consegue-se.

31. O museu comunica aos públicos a dimensão multissensorial de certos projetos expositivos ou educativos?

TG: Ah, comunica, comunica.

32. Porquê?

TG: Porque é importante que as pessoas que queiram ou necessitem dessa experiência multissensorial saibam que existe. Olha, a nossa última newsletter, por acaso, foi sobre acessibilidades. Para teres uma ideia, nós não costumamos "tematizar" muito as newsletters mensais. Nós temos uma newsletter mensal. Depois enviamos mass mailing específico como, por exemplo, sobre a inauguração de uma exposição, sobre uma atividade específica, sobre um evento. Temos uma newsletter mensal em que nem sempre damos destaque a uma coisa específica e a última por acaso foi... até porque recentemente, no último Dia Mundial das Acessibilidades, que foi no domingo, dia 20 de outubro, salvo erro, nós lançámos uma página chamada "programação acessível", que é uma agenda com toda a nossa programação acessível, os contactos que as pessoas podem precisar para... e está em destaque no nosso website.

TC: [...] Hoje há já muitos estudos que referem a importância dos recursos aos sentidos para todos os públicos. Portanto, neste sentido, nós não nos estamos a dirigir apenas a estas minorias, mas também porque sabemos que uma experiência mais completa, duradoura e gratificante depende do envolvimento dos vários sentidos. Portanto, é um investimento do próprio museu [...] na totalidade dos seus públicos, não apenas para uma minoria.

33. O museu implementa estratégias de divulgação para atrair diferentes públicos para as suas exposições e programas multissensoriais? Poderia dar exemplos concretos de estratégias?

TG: Acho que a estratégia se calhar mais eficaz é tentar contactar diretamente ou o mais diretamente possível esses públicos, daí a utilização do e-mail personalizado para contactar as associações que não chegam aos seus associados. Acho que é, talvez, a meu ver... Eu não estou a ver uma estratégia melhor do que esta. Já pensei, já pensámos várias vezes nisso, mas acho que o contacto o mais direto possível... Só faltava ir bater à porta da pessoa, telefonar-lhe, mas um e-mail personalizado, acho que é o melhor.

34. Considera que existe uma relação estratégica entre a função do departamento de comunicação e a comunicação multissensorial no âmbito da inclusão social no museu?

TG: Há, porque acho que a comunicação é um dos departamentos, digamos, fundamentais para assegurar que é feita esta boa passagem de informação [...] e para assegurar que os meios estão disponíveis. Demos o exemplo de há bocado... da gravação de uma leitura, mas aqui é importante que haja uma boa comunicação, ou melhor, uma boa... sim, uma boa comunicação entre todos os departamentos [...] e que

haja vontade de todos os departamentos para que isto se concretize. [...] Porque lá está, isto é uma atualização constante e tem a ver muitas vezes com [...] uma questão tecnológica. Há bocado, dizias-me, "Ah, é melhor não fazer *posts* com emojis porque o leitor de ecrã [...] vai se atrapalhar", mas, se calhar, daqui a um ano, os leitores de ecrã já ultrapassaram a questão dos emojis... até gostam de emojis. É uma coisa que se calhar... não sei...percebes? Portanto, é importante que nós, que trabalhamos estas coisas, nós comunicação, nós serviço educativo, nós curadoria, o museu, vá, as pessoas dos museus, se tentem atualizar. Porquê? Porque há-de haver algum avanço tecnológico, há-de de haver uma leitura de um expert que nos permita perceber que estamos a fazer... temos vindo a fazer uma coisa de determinada maneira, mas, se calhar, agora temos de começar a fazer de outra maneira. Mas permite redirecionar... Eu sinto é que esta questão toda das acessibilidades, da inclusão é, muitas das vezes, uma questão de atualização e de tempos. Vou dar-te um exemplo muito concreto que é a questão da linguagem acessível. E quando falamos em linguagem acessível falamos, às vezes, de coisas muito específicas. Dantes, quando queríamos ser inclusivos, usava-se arroba em vez do "o" e do "a", por exemplo, para escrever "todos/as". Certa altura, usava-se também, não sei,... não havia uma altura que era... [...] e é engraçado que começamos a fazer isso e a certa altura dizem-nos, "Ah, olha, o arroba não se deve fazer, o arroba está mal", não sei agora especificar, mas pronto, o que eu quero dizer com isto é que a tecnologia avança, a sensibilidade das pessoas também evolui e é preciso estarmos a par.

35. Considera que, ao desenvolver estratégias de comunicação para promover as exposições e programas de carácter multissensorial, o museu está a contribuir especificamente para a inclusão social de pessoas com deficiências sensoriais?

TG: Olha, eu, muito honestamente, gostaria de dizer que sim, que acho que está [...] Mas quem sou eu, não é? Acho que essas pessoas é que podem dizer, mas eu creio que está.

TC: Acho que o museu está a contribuir para essa inclusão. É um caminho muito lento... de pessoas que estão, sobretudo, do lado de lá dos nossos públicos, destes públicos mais minoritários, são públicos que são constantemente a ser excluídos e, portanto, não têm esse hábito criado e, portanto, nós sabemos que este é um processo lento e gradual. Estamos a fazer a nossa parte, em constante atualização e validando sempre a nossa disponibilidade para fazer mais e melhor em conjunto com quem nos visita. É algo que o Tiago reitera sempre nos nossos e-mails e também está no website.

TG: [...] E, às vezes, em conjunto até com outras instituições, nomeadamente, e que aqui têm um papel fundamental, os atores políticos, nomeadamente, Juntas de Freguesia, Câmaras Municipais, Governo Central. Para dar um exemplo muito particular... nós podemos ter o museu mais acessível em termos expositivos do mundo, o que é que garante que uma pessoa venha cá se não tem meios de transporte ou se o espaço público está cheio de buracos e a pessoa com a cadeira de rodas [...], mas uma pessoa cega, que tem um cão-guia e tem uma vareta, consegue chegar aqui ao museu? Ou porque vem de longe e não há autocarros [...] ou a Junta de Freguesia não garante que haja esse transporte. Não queremos que o museu seja também uma daquelas cidades chinesas que estão no século XXI há muito tempo, mas depois são cidades fantasma e não têm habitantes... não é... queremos é que o espaço seja habitado, não é? Portanto, é importante que seja acessível o espaço, mas há todo um percurso desde a casa da pessoa que se inclui nesse público que referes até aqui. Nós não temos capacidade para ir, muitas vezes, buscá-lo a casa, não é... Uma coisa é um trabalho muito específico que é muito importante aqui, acho eu... para o teu estudo também deve ser importante que é um trabalho de proximidade. Nós trabalhamos, em permanência, temos reuniões quase mensais, com a Junta de Freguesia de Alvalade, às vezes também, até tivemos com a Junta de Freguesia do Lumiar. Apesar de estarmos na Freguesia de Alvalade, estamos muito próximos a esta estrada que separa a Freguesia de Alvalade da Freguesia do Lumiar, e esse trabalho de proximidade, de falar com as pessoas, falar com os responsáveis políticos também é muito importante. É muito importante esta relação. Há bocado estávamos a falar da comunicação e das relações públicas... Este trabalho com as instituições políticas é muito, muito importante, porque às vezes é a Junta de Freguesia que tem uma boa relação connosco, que vai trazer, se calhar, os seniores e desse grupo de seniores, há pessoas que vão usufruir destes recursos que temos vindo a apontar como sendo acessíveis e úteis para essas pessoas.

[...]

TG: Mas nós por, por exemplo, há várias atividades desenvolvidas pela freguesia no mercado de alvalade. Então, muitas vezes, nós, ao fim-de-semana, vamos para o mercado com o nosso stand para que as pessoas, as crianças, os seniores, que passem pelo nosso stand, possam fazer algumas atividades como desenho, por exemplo. Outro exemplo, no outro dia houve uma coisa feita em parceria com a PSP, com a Junta de Freguesia [...], foi uma atividade que a Teresa poderá descrever melhor que ela é que foi uma das...

TC: Ou seja, o museu já faz parte, mas eu acho que isso a Liliana depois irá falar melhor. O museu já faz parte das soluções sociais para a freguesia [...] A Comissão Social de Freguesias procura estas soluções mais de proximidade utilizando as próprias instituições da área de influência. E, por exemplo, nós fizemos então esta ação de rua, juntamente com a PSP e pessoas das associações com deficiência. Portanto, tínhamos a Associação 3 C's, que tem a ver com pessoas com deficiência motora, tínhamos a APEC, a Associação Portuguesa do Ensino de Cegos, e fomos pela rua procurando sensibilizar as pessoas, nomeadamente estabelecimentos comerciais e tudo, para a acessibilidade dos seus serviços. Portanto, são ações muito diretas e que surtem muito efeito, porque, muitas vezes, as pessoas não têm informação, não sabem como chegar à informação e, portanto, estas ações de relação permitem-nos muito ter o pulso à realidade da própria freguesia e o museu, cumprindo a sua parte, nesta de proximidade e de inclusão social.

36. Pode descrever algum exemplo de uma campanha ou iniciativa em que o departamento tenha promovido a inclusão social de pessoas com deficiências sensoriais de forma significativa?

TG: De forma significativa? Não, não estou a ver nenhuma. Já te dei alguns exemplos de algumas coisas que temos feito aqui, nomeadamente o lançamento desta espécie de agenda acessível, [...] que é uma coisa que permite uma pessoa que entre no website ver logo, na homepage, toda a nossa agenda, que foi uma coisa feita recentemente. Não sei se é este tipo de coisa que te referes, mas campanhas específicas... ou o convite feito à ACAPO, para a ACAPO estar representada na nossa feira do livro bianual... mas acho que não, acho que a comunicação não teve nada, nada de específico, uma campanha assim muito específica, feita diretamente com estes públicos. O serviço educativo é que sim. Não me estou a lembrar de nada agora.

37. Pode não ser só o Departamento de Comunicação que tenha feito uma iniciativa para a inclusão social, mas que tenha talvez tido um papel preponderante...

TG: Não, creio que não. De comunicação, acho que não. [...] Educativo, sim.

38. Como vê o futuro das práticas multissensoriais no museu? Existem planos para expandir ou inovar nesta área, particularmente no que diz respeito à inclusão de pessoas com deficiências sensoriais?

TG: Eu acho que o futuro é tendencialmente, pelo menos no universo nacional, talvez no universo europeu, [...] melhor que o passado, acho eu, nesse aspeto. Acho que há

uma evolução e uma evolução que tem sido galopante nos últimos anos [...] é uma preocupação muito recente, eu diria, nos últimos dez anos, talvez quinze anos com estes temas... muito mais. Aliás, o facto de haver uma preocupação com estes tipos públicos a nível do governo central... já há ministérios que se dedicam particularmente... uma coisa que não havia há quinze anos ou há cinquenta anos. Isso permite-me perceber que é, neste momento, uma preocupação grande com estas questões de acessibilidade, nomeadamente a que referes da multissensorialidade. Se há essa preocupação, o futuro, em princípio, será mais risonho do que é atualmente ou daquilo que foi no passado.

[...]

Como eu já te disse, nós vamos ter uma exposição de longa duração, que é uma exposição que, em princípio, estará depois durante, dez, quinze, vinte anos, não se sabe, no museu e essa própria exposição já terá muitos mais recursos do que alguma vez teve o museu nos seus cento e oito anos de história, não é? É cento e oito... estou a fazer bem as contas.

39. De que modo é que o museu atual pode de um modo alargado contribuir para a inclusão social dos públicos excluídos. Pode dar exemplos concretos?

TG: Olha, o museu, ao contrário do que era há uns anos, é um espaço cada vez... [Os museus] tendem a ser espaços cada vez mais abertos, acessíveis e para o qual a própria comunicação, através, sobretudo, das redes sociais, não é, que hoje em dia permitem o contacto direto com o público de certa distância. Esta dimensão maravilhosa [...] que é a Internet e que são as redes sociais, permitem-nos ter uma relação mais direta e, por isso, acho que a comunicação pode ter um papel muito importante... e contribuir, de facto, para que isso aconteça. Olha, acho que já temos aqui vários exemplos concretos, não foi? E falas do museu atual, por oposição ao museu não atual, ou seja, o museu, por exemplo, do passado. Acho que houve uma grande evolução, por parte das pessoas que trabalham nos museus, porque os museus são feitos por pessoas, não é... [...] E, se dantes, o museu era uma coisa, se calhar, um espaço mais sombrio, mais fechado, mais elitista, tende a deixar de ser cada vez mais, e nota-se isso, não tanto, se calhar, em Portugal ou em espaços como nos Estados Unidos, em que os museus tendem a ser espaços normalmente da comunidade... estou a pensar em exemplos concretos... Brooklyn Museum, [...], o Harlem, em Nova Iorque. Quer dizer, há espaços, hoje em dia, museológicos, que são completamente abertos à sociedade, em que as próprias exposições são pensadas de forma... Os curadores, às vezes, são os visitantes [...] os visitantes, os seguidores nas redes sociais, etc.,

funcionam como curadores, ou seja, são espaços participativos, abertos, e a tendência é cada vez mais para que sejam esse tipo de espaços. Ao mesmo tempo que há também, no museu, um lado quase sacramental, como a Igreja, que é aquele espaço em que nós gostamos de ir também por ser um espaço calmo, espaço quieto, espaço sossegado. E, portanto, acho que o museu, desde que haja sensibilidade das pessoas, pode se tornar um misto realmente interessante entre o espaço aberto à comunidade, mas, ao mesmo tempo, manter esse lado como tem a Igreja, por exemplo, um espaço onde nós podemos ir descansar, que é sossegado, podemos estar ali em comunhão com, neste caso, com a obra de arte, não é... também é isso. Quer dizer, queremos que seja um espaço aberto, mas não queremos chegar aqui e seja um chinfrim, não é, como se fosse o supermercado ali do lado. Queremos poder estar com as peças, com as obras de arte, não é. Queremos ter um espaço onde podemos estar sentados a contemplá-las, que é uma experiência fantástica... não sei se já tiveram essa experiência... de chegar a um museu... e sentarem-se numa exposição e ter uma experiência magnífica, não é... Olha, eu acho que quem pode responder bem a essa questão é ali a... Já estás a falar... já não tem necessariamente a ver com o teu público, não é, tem já a ver com a inclusão social de uma forma [alargada], pronto... Temos de pensar em públicos que estejam socialmente excluídos, como, porque moram num bairro complicado, digamos assim, ou são pobres e, lá está, e o museu é um espaço elitista, mesmo intelectualmente elitista. Olha, várias maneiras. Uma delas é através da linguagem acessível... começa logo nas próprias legendas, não é, nos museus. Ter uma imagem não tão elitista, mais fixe, mais cool, da cultura jovem, que também é importante isso. O caso do serviço educativo, mas a Liana há-de dizer-te, tem feito um trabalho muito forte junto de hospitais, junto de certas escolas, de certas comunidades, habitualmente socialmente excluídas e há esse trabalho profundo. Mas, mesmo a nível de comunicação, há aqui um trabalho que eu tento realizar, por exemplo, vou dar um exemplo muito concreto, isto é um trabalho que tem sido pontual, mas mostra como é que nós temos uma vontade de inclusão... os públicos LGBT. Sempre que há um marco assinalável, não é sempre, mas vá, quando há um marco assinalável como, por exemplo, o Dia Mundial do LGBT... não me lembro como se chama exatamente o dia, mas, imagina, um Dia mundial LGBT... é um dia em que se celebra o LGBT a nível mundial. Há também momentos, vou te dar um exemplo, no Mundial Europeu de Futebol de 2021, ou de 2020, mas que se realizou em 2021, o estádio municipal de Munique decidiu iluminar-se com as cores da bandeira do arco-íris, ou seja, a bandeira LGBT, e, naquela altura, a UEFA, responsável pela organização daquele evento desportivo [...] visto por todas as pessoas do mundo inteiro, decidiu [...] mandar apagar essas luzes, que iluminavam o estádio de Munique, e houve um movimento, a nível de redes sociais,

mais ou menos universal, em que algumas instituições decidiram manifestar apoio à comunidade LGBT mudando, por exemplo, as cores do seu logo na foto de perfil nas redes sociais, Facebook e Instagram. Nós fizemos isso, que é uma coisa muito pouco comum nos museus portugueses... associarem-se a causas. Os museus portugueses estão muitos afastados da... não querem saber das guerras da Palestina, da Ucrânia, do Clima... não querem, não querem saber... Os museus portugueses estão muito, acho eu, afastados das causas sociais e dos excluídos socialmente, nomeadamente, às vezes, da comunidade LGBT. Às vezes é uma das comunidades... Apesar de haver cada vez mais inclusão, acho que ainda há um trabalho, sobretudo, a nível institucional. [...] Um gesto muito simples que, a mim, não custa nada é mudar as cores do fundo, ou chegar ali à estátua que temos ali... já fizemos isso também [...], [e colocarmos] um cachecol do arco-íris ou da bandeira do progresso, que nós temos aí. É um statement, é nós estamos pelos direitos humanos. Nós estamos pelos direitos do LGBT. Isso é um gesto muito simples, que não nos custa nada... vai causar, se calhar, um dano, pode causar um dano, obviamente, reputacional, porquê? Porque as pessoas que seguem os museus são, muitas vezes, chalupas conservadoras. É verdade! Mas isto, ao mesmo tempo, permite fazer um statement e dizer de que lado é que estamos. Acho que não deve haver medo de dizer que lado é que estamos... porque nós temos que ter a noção... nós, que trabalhamos em museu, que somos privilegiados, vemos, no mundo, imigrantes, que fogem das guerras na Síria, na Ucrânia, aqui, acolá, pessoas que não têm, às vezes, onde cair mortas, porque realmente os salários são uma miséria e, nós, enquanto privilegiados, pessoas que trabalham num espaço destes e que têm todas as condições para poder, se calhar, fazer o mundo um bocadinho melhor para essas pessoas, podemos fazer, com gestos tão simples como este que eu estava a dizer... era um movimento de apoio, não é... isto é só mudar uma foto de perfil. O que é que custa? Perder uns quantos seguidores? Que são chalupas? Estou borrifando. Prefiro estar do lado das causas e do lado que eu acho que é certo da história, do que perder uns seguidores. E acho que o que é preciso é a coragem. Às vezes não há! É muita coragem. Coragem é teres pessoas que atravessam de barco o Mediterrâneo para tentar ter uma vida melhor, não é?

Apêndice 13 – Transcrição da entrevista com Liliana Pina e Teresa Costa do Museu Bordalo Pinheiro

1. Para dar início a esta entrevista, poderia falar um pouco sobre o seu percurso académico e profissional que precede o desempenho das suas atuais funções?

LP: Ok... Então... Eu estudei em Ensino de História na Universidade de Évora. Depois fiz Mestrado em Museologia. Mais tarde, integrei o Doutoramento em História e Filosofia da Ciência, para estudar uma coleção científica. Não terminei o Doutoramento, mas, desde 2004, portanto, que trabalho em museus, na área do serviço educativo. Comecei por trabalhar em diferentes áreas... também fiz conservação, inventário, e outras áreas. Mas, depois, centrei-me, sobretudo, na parte da Mediação Cultural. E, neste momento, sou responsável pelo serviço educativo no Museu Bordalo Pinheiro. Trabalhei em vários Museus... não sei se queres que seja muito extensa. Sim? Ok. Então, o primeiro Museu onde eu trabalhei foi o Museu de Lamego, que tem uma coleção sobretudo de Arte Sacra. E, na altura, foi aí que eu percebi que queria ir tirar o Mestrado em Museologia. Porque já era licenciada em História, mas percebia que o espaço museu requeria uma certa especialização em que havia algumas coisas que eu fazia nas minhas funções, embora estivesse a ser orientada pelos técnicos do museu e pela Direção, faltava-me um corpus teórico, que me permitisse orientar o meu trabalho nas variadas funções e, então, decidi ir tirar o Mestrado em Museologia e percebi que era claramente a área que eu queria seguir. Entretanto, já enquadrada no Mestrado, fiz estágio no Museu de Arte Antiga. Foi um museu onde aprendi bastante, não só sobre serviço educativo, mas também sobre outras áreas. Mais tarde, fui trabalhar para o Museu das Comunicações, que é um Museu de uma Fundação. E aí estive a trabalhar dez anos. Foi o período mais longo em que trabalhei em museus. E ao fim desses dez anos nesse museu... portanto, era um museu que tinha uma coleção muito específica, que é uma coleção de Ciência, de Arte, que também é bastante abrangente... Abriu um concurso aqui para coordenar o serviço educativo do Museu Bordalo de Pinheiro. Eu concorri, isto em 2017, e estou cá desde então.

2. Como descreve o papel e as funções dos museus na sociedade atual?

LP: [...] O Museu, atualmente, tem vindo a redefinir a sua missão e a sua definição. Atualmente, os museus estão muito mais voltados para a sociedade, portanto, são claramente instituições de intervenção na sociedade e que têm vindo a assumir um papel mais político, quando digo político, no sentido abrangente de posicionamento perante aquilo que são as dificuldades e os desafios da sociedade. Há uma maior preocupação com os públicos [...] Na segunda metade do século XX, ou seja, o papel da educação foi crescendo, o papel dos museus na educação, mas, neste momento, há

uma viragem, porque não é só o papel da educação naquele sentido clássico de que os museus detêm o conhecimento e que devem transmiti-lo para o público e quase aquela ideia de um museu como espaço sagrado, que é que é uma herança fortíssima que vem desde o início dos Museus. Mas mais ultimamente, os museus têm ocupado um espaço de colaboração com os seus públicos. Portanto, em que há um maior estabelecimento de parcerias, em que programamos com os nossos públicos. E, nesse sentido, tem estado muito mais aberto [...] É como eu costumo dizer, como quando vamos aos museus em Inglaterra. A Inglaterra é um excelente exemplo do museu enquanto espaço público. Portanto, nós vamos aos museus em Inglaterra e nós vemos as pessoas a viverem um museu e estão lá como se estivessem, por exemplo, na Segurança Social ou num outro espaço... ou num jardim público. Em Portugal, ainda não sentimos tanto isso, mas que estamos a caminhar cada vez mais para lá. Portanto, é esse sentido de que os cidadãos possam vir ao museu e sentir que aquele espaço é um espaço deles, como se fosse um jardim público, como quando vamos a uma Repartição das Finanças, ou uma Repartição da Segurança Social, e não entramos naquele espaço sagrado em que vamos ter de nos comportar de maneira diferente. Não! Somos nós próprios no museu.

3. A seu ver, como definiria a inclusão social no âmbito dos museus?

LP: A inclusão social é uma utopia no sentido em que é um caminho que estamos sempre a percorrer e nunca está completo, e isso não é bom nem é mau. Mas é um desafio muito difícil, sobretudo porque estamos a falar de instituições seculares, a maioria, em que, mesmo do ponto de vista arquitetónico ou até por tradição, os técnicos que trabalham nos museus, somos todos muito iguais, não é? Somos todos muito parecidos, ou seja, não só nas barreiras físicas que são as mais complicadas, mas também nas barreiras mentais, acho que há muito trabalho a fazer. E, nesse sentido, considero que é um caminho, portanto, e mesmo as pessoas mais conscientes dentro do museu, da importância da inclusão, percebem que tem um caminho que é longo, mas que vamos fazendo pequenas batalhas, pequenos passos.

4. Considera a inclusão social uma prioridade para o museu?

LP: Claramente, ainda para mais na área da mediação cultural. Se não pensarmos numa perspetiva inclusiva, o nosso trabalho é como se não estivesse a ser a ser cumprido.

5. Dentro do museu, quem é responsável pela área da inclusão social? Existe uma equipa dedicada a esta questão?

LP: A inclusão... portanto, um museu que se assume como inclusivo, portanto, não deve ser uma equipa, deve ser "A" equipa do museu. Toda a equipa do museu deve ter isso em mente. Ou seja, eu não considero que a inclusão seja um departamento, deva ser um departamento. Quando muito, e o que acontece aqui no Bordalo, ter uma pessoa especificamente dedicada à área de acessibilidade e inclusão, que é a Teresa que, por acaso, faz parte da equipa do serviço educativo, mas que articula com todas as áreas do museu. Agora haver um departamento de inclusão como há o de educativo, ou o de comunicação, ou de curadoria, não faz sentido. O que me faz sentido é que a inclusão seja transversal a toda a área do museu, inclusive à Direção. Portanto, os museus ou são inclusivos, ou não são. E, nesse sentido... [...] somos todos nós [os responsáveis pela área da inclusão social no museu].

6. Como é que o serviço educativo do museu procura promover a inclusão social?

LP: No que toca à programação educativa, nós programamos atividades que incluem todas as pessoas, ou seja, em abstrato, tendem a incluir todas as pessoas, mas depois percebemos que há uma diversidade de públicos que é imensa. Alguma dessa diversidade, [...] muitas vezes, nós não conhecemos, não é, porque não estão próximos de nós ou são casos que ainda não estudámos. E, nesse sentido, tentamos abranger o mais possível para que... É quase um caminho exploratório no sentido em que venham ao museu e muitas vezes conversamos com as pessoas, [para perceber] como é que nós vos podemos receber da melhor maneira e, aqui, trabalhamos com técnicos, com as próprias pessoas. Mas, no fundo, é tentar fazer uma programação mais aberta, daí eu ter dito "programar com o público" para tentar colmatar alguma falha na receção de determinados tipos de público, até porque nós temos e, agora estou a falar, não estou só a falar da questão sensorial, muitas vezes há questões de determinados públicos que não estão sequer diagnosticadas ou que não têm classificação, mas as pessoas têm essas mesmas especificidades e essas questões quando visitam o museu e nós tentamos sempre estabelecer essa ponte para que todos se sintam... aliás [...] há um tópico do nosso programa que se chama "Diagnósticos Bordalianos", que é precisamente diversidade e inclusão. Tem a ver precisamente com essa ideia de que estamos disponíveis para reunir com as pessoas, com os técnicos, com os grupos, antes de criar uma atividade ou de proporcionar a visita, no sentido de criarmos as melhores condições para que isso aconteça da forma mais favorável possível.

7. Quais são os grupos que enfrentam maiores desafios no acesso ao museu? Quais são as barreiras que podem estar a contribuir para a sua exclusão?

LP: Barreira para a exclusão... Podem ser, ou seja, temos desafios do ponto de vista arquitetónico, escadas e zonas não acessíveis. Temos também alguns desafios porque muitas vezes os grupos com necessidades especiais estão também institucionalizados e sofrem de algum tipo de estigma. Não todos, mas, muitas vezes, isso acontece. Tradicionalmente tiveram más experiências em visitas a museus que não estavam preparados para os receber, que muitas vezes o que sentimos é que, ou seja, tem de haver esse trabalho preparatório e tem de haver quase o estabelecimento de uma parceria para que as pessoas se sintam tranquilas e percebam que a visita ao museu vai ser uma experiência positiva e então, além das barreiras arquitetónicas, além da falta de recursos. Naturalmente, quando eu dizia há pouco que a acessibilidade ou inclusão é uma utopia, porque efetivamente, para determinados casos, nós precisamos de ter inúmeros recursos que não temos todos os dias, a verdade é que... Portanto, existe também, ou seja, nós também somos um problema, no sentido em que ainda não estamos totalmente despertos para todos os problemas que existem efetivamente, e quando digo que somos um problema, eu acho que, ou seja, não é um problema grave. Acho que a questão está também muito na atitude das pessoas, dos trabalhadores de museus em que têm de estar despertos exatamente para essa mesma diversidade e para serem confrontados todos os dias com a diferença e com novas experiências e novas necessidades. E depois, obviamente, chocamos com os recursos materiais que é uma realidade, mas que todos os dias trabalhamos para tentar colmatar.

8. Para além dos grupos institucionalizados que visitam o museu, que outros grupos enfrentam maiores desafios no acesso ao museu?

LP: Grupos individuais. Outros grupos? Podia mencionar muitos... Por exemplo, uma pessoa que... uma pessoa surda que vem ao museu, provavelmente [...] o acesso à bilheteira não vai ser um acesso tão tranquilo ou fluído como seria se não fosse surda. E, nesse caso, temos algumas falhas no que toca à formação dos recursos. Eu não sei Língua Gestual Portuguesa, os meus colegas da bilheteira creio que não. Sabe a Cristina? Há ok! A Cristina sabe. [...] São três [colaboradores na bilheteira], há uma pessoa que sabe, mas ela não está cá todos os dias. Portanto, imagine, se estivermos a passear pela exposição, se houver uma pessoa surda que, de repente, precisa de ajuda e começar a dialogar connosco, é muito mais difícil, portanto, estabelecer a comunicação com essa pessoa. No caso de pessoas cegas acontece, pode acontecer o mesmo. Nós não temos orientação espacial [...] nas exposições. É algo que gostaríamos de incluir numa próxima renovação da exposição, mas depois tudo isto, lá está, vai bater na questão dos recursos financeiros. E aí essa tal atitude que eu falava há pouco, portanto, nós temos é que estar... às vezes, o principal problema, a principal

barreira é mesmo a atitude dos museus e ela tem que ser transversal em todas as áreas do museu. Quem, no fundo, quem define o encaminhamento de recursos financeiros do museu são as direções, juntamente com uma tutela, neste caso é a EGEAC. E ainda não foi aplicado, por exemplo, orientação espacial, o piso podotáctil.

TC: [...]

LP: Sim, sim, claro, portanto aí nós temos um caminho muito longo para fazer. No que toca... Na parte da programação, nós tentamos colmatar isso por parte da programação com os recursos disponíveis e, nesse sentido, nós estamos contentes... estás contente, não estás, Teresa? Pronto, estamos a caminho. Mesmo que não estejamos totalmente alinhados com a tutela ou com a orientação. Portanto, quem, no fundo, decide para onde é que são encaminhados os dinheiros... é essa a atitude. Daí eu falar da utopia, porque é sempre um caminho e estamos sempre a persegui-lo.

9. Que iniciativas e programas o serviço educativo tem desenvolvido para facilitar ou ampliar o acesso a esses grupos?

LP: Sim, nós temos, lá está, é mesmo a área da Teresa... Nós temos programada... agora vamos começar novamente... já tivemos antes, mas agora vamos recomeçar visitas em Língua Gestual Portuguesa... [...] Nós parámos durante um período... Há também aqui uma questão que é, quando fazemos programação para estes públicos, não estamos só a programar para eles, nós queremos naturalizar. Não sei se "naturalizar" é a palavra mais indicada, mas queremos que a visita destes públicos ao museu seja uma visita comum como os públicos normovisuais... E, então, a visita em Língua Gestual tem sempre tradução, portanto, para a língua portuguesa. Nós antes fazíamos com uma intérprete, portanto era, imagine, estava eu a fazer a visita e a intérprete traduzia para Língua Gestual Portuguesa. Nós, neste momento, vamos contratar uma mediadora surda. É ela que comanda a visita e, para nós, isso faz todo o sentido. Depois tem intérprete que traduz para língua portuguesa. Mas é uma visita para toda a gente, porque acreditamos que a inclusão é precisamente isso. É a possibilidade de um dia chegarmos a uma visita ou uma atividade ou estarmos no museu e o museu poder ser visitado por pessoas que veem e por pessoas que não veem. Ouvem, não ouvem. Com diferentes graus [...]. E que eles possam estar todos, tendo em conta a sua especificidade, possam estar todos juntos no mesmo espaço e respeitarem-se mutuamente, e isso acontecer.

10. Eu, por acaso, ia mesmo perguntar sobre esse assunto... quando o museu desenvolve novas iniciativas e programas para o público em geral procura, então torná-las acessíveis para as pessoas com deficiências.

LP: Exatamente. Neste momento, também estamos a fazer um projeto de adaptação de algumas atividades que fazemos para públicos até mais jovens... adaptarmos essas mesmas atividades para públicos que estão dentro do espectro de autismo. Isso também surgiu por uma questão... Nós temos um problema que, às vezes, até nos revolta muito porque o museu não é uma instituição isolada, é toda uma orgânica de instituições que interagem e, nessa relação orgânica, muitas vezes nós sofremos imenso com quando vem uma turma... o Professor marca a visita ao museu e não nos diz que tem alunos autistas na turma. Portanto, nós quando recebemos o grupo, não estamos à espera, de repente, temos péssimas experiências com isso, e a ideia é também é, no fundo, tentar adaptar estas atividades para estarmos sempre à espera, ou seja, para haver ali maior facilidade de adaptação, nos momentos em que somos confrontados com estas situações. Isso também é um pouco complicado porque sentimos que não conseguimos fazer o nosso trabalho porque a própria escola tem receio de dizer porque acha que, se calhar, não vamos marcar a visita. E, se isso acontece, é porque até há bem pouco tempo, isso era comum, não é. Então, no fundo, lutamos contra um estigma que não está só dentro da instituição, mas também lá fora, está em toda a sociedade. Por outro lado, também, esta ideia de que, ou seja, o museu, não sendo isolado, as pessoas cegas, por exemplo, o museu até pode ter todos [os recursos] ... o piso podotátil e estar perfeitamente acessível, mas a chegada até ao museu, o caminho até ao museu pode não ser. Isso também pode trazer constrangimentos nas visitas destas pessoas.

11. Ainda assim, é mais comum o museu criar programas específicos exclusivamente direcionados a este público com deficiências sensoriais ou se, lá está, procura tornar as suas atividades acessíveis também para as pessoas com deficiências sensoriais?

LP: Por princípio, eu acho que a programação deve ser feita para todos e tendo em conta essa mesma diversidade. Por exemplo, se eu programar uma atividade para nós as três que estamos aqui, claramente essa atividade tem de contemplar as diferenças entre nós as três que serão inúmeras, não é? E é nessa perspetiva... e depois as características de cada um são o que são. Então, por princípio, acho que a inclusão deve ser isso, até porque, tento posicionar-me... Eu não gostava de ter atividades só para mim, não é? [...] "Mas só para mim, porquê?". Acho que até aumenta a pressão e a ansiedade da vinda ao espaço. Ou seja, é um espaço que, se calhar, até há bem pouco tempo... Estou agora a falar do museu em geral... o museu, enquanto instituição, era um espaço, que até há bem pouco tempo, não era acessível. As pessoas não se sentiam confortáveis em vir a estes espaços porque esses espaços não lhes davam resposta às suas inquietações e, neste momento, de repente, mudar para o extremo

oposto, parece-me que pode contribuir para alguma ansiedade. Eu pelo menos sentir-me-ia assim. E então, por princípio, eu acho que devemos programar para toda a gente, levando um enorme desafio na programação, mas para quem gosta de fazer programação, isso é extraordinário, até porque sentimos que estamos a fazer o que a sociedade pede que é programar para todos numa verdadeira inclusão.

12. Ainda assim, existem programas específicos exclusivamente direcionados a este público com deficiências sensoriais?

LP: Eu, neste momento, creio que não. Existem instrumentos, ou seja, recursos que são específicos para públicos com necessidades especiais, mas, ainda assim, não são exclusivos. Portanto, a programação não está montada dessa maneira porque há exatamente esta tendência, esta tendência não, este princípio base na programação de que vamos olhar para o público de forma igual, ou seja, dentro da diversidade. [...] eu percebo que é um caminho mais difícil, não é? Se calhar era mais fácil "Ah vamos já começar a fazer coisas específicas para estes públicos" [...] em termos práticos, se calhar, traria melhores resultados e mais rápidos, mas não é, não nos parece ser o princípio que esteja presente nem na lei, nem, portanto... a ideia é mesmo a inclusão.

13. Como é que o serviço educativo se articula com estas iniciativas e programas? Que diálogos existem entre a curadoria e o serviço educativo no sentido de promover a inclusão social das pessoas com deficiências sensoriais?

LP: Há algum diálogo. Aliás, tem havido. Quando a Teresa veio para cá, a Teresa está cá há um ano, especificamente para trabalhar estas questões. Acho que esse diálogo se intensificou, obviamente, até porque houve também uma maior sensibilização por parte da curadoria e outras áreas que não estão tão próximas do público e que, por isso, naturalmente, não estão tão sensíveis, mas já antes existia. Por exemplo, antes existia um diálogo acerca dos temas... que é "que temas é que podem ter interesse?". Há temas que são mais, que estão mais na ordem do dia, são mais fáceis de trabalhar [...]. E isso sempre foi tido em conta. Neste momento, há, mas de uma forma mais estruturada, mesmo na escolha de peças por questões mais técnicas, se quisermos. Portanto, ela acaba por acontecer, sim.

14. Durante uma visita ao museu que materiais ou recursos são disponibilizados às pessoas com deficiências sensoriais?

TC: A bilheteira tem, portanto, [...] uma capa em que estão os materiais em alto relevo. Ou seja, isto implica, na mesma, que alguém acompanhe a pessoa até à peça ou até ao desenho que vai ser replicado dessa forma em alto relevo. [...] Existem também os

cadernos com a linguagem, com a escrita pictográfica, que permitem às pessoas com deficiência intelectual ou até famílias com crianças mais pequenas, permite-lhes aprender a coleção de outra maneira. Portanto, estes são os recursos que estão disponíveis na bilheteira e, mediante solicitação, nós também podemos disponibilizar algumas das peças que temos da Fábrica Bordalo Pinheiro, que são as peças táteis, portanto, são originais, em que as pessoas podem ter uma abordagem mais tátil à própria coleção.

15. Os visitantes com deficiência auditiva podem solicitar uma visita guiada com interpretação em Língua Gestual Portuguesa?

LP: Com marcação, sim. Embora isso não está ainda montado, ou seja, nós temos este contato com a mediadora surda, a Patrícia, que vai começar a fazer visitas uma vez por mês [...] vai começar em novembro, começa agora, fará outra em dezembro e depois no próximo ano, fará uma de dois em dois meses. Mas a ideia é, lá está, também intensificar a relação com a própria mediadora, e tentarmos, mediante os pedidos dos públicos e a vontade dos públicos que haja essa flexibilidade, tal como fazemos com as outras visitas. Mas como é um processo que está a começar agora, está ainda a dar os primeiros passos, mas sim.

16. O museu tem atualmente exposições ou programas que permitem aos visitantes explorar as coleções através de múltiplos sentidos, como o tato, o olfato ou o paladar?

LP: Portanto, temos os tais recursos de que a Teresa falava como as peças de cerâmica.

TC: Nos programas, temos todos os sentidos.

LP: Sim, o "Quem sou eu?", sim.

17. O museu já ofereceu no passado exposições ou programas com características semelhantes?

LP: Não.

18. O museu tem integrado as experiências olfativas e gustativas nas suas exposições e atividades? Tem-no feito no que concerne aos programas específicos dedicados ao público com deficiências sensoriais?

LP: Não.

19. Na sua opinião, a introdução do olfato e do paladar nas experiências museológicas pode enriquecer a experiência do visitante?

LP: Sim, seja em contexto de atividade orientadora ou até visita individual. E, aqui, estamos a falar, não é só públicos com necessidades especiais, estamos a falar de todos, toda a gente. Mas sim, isso obrigaria a uma museografia com outra base conceptual que não é ainda aquela que nós fazemos cá.

20. E, talvez, o próprio contexto do museu, a própria coleção. Se calhar há coleções que permitem isso, permitem mais isso do que outras.

LP: Esta permite. Bom, só para explicar. É um museu sobre a natureza. Temos desde a alimentação, os animais, as plantas... tudo na cerâmica. Depois, além disso, ainda temos... o Bordado fazia desenhos de caricatura, portanto, em jornais... tem inúmeros jornais em que representava, desde a dança, à música... Portanto, tem pautas musicais desenhadas nos jornais. Portanto, eu acho que nós podemos ir buscar quase o mundo inteiro e encaixar aqui dentro, em relação com o Bordalo, obviamente. O Bordalo parecia que tinha muita gente dentro da cabeça. É estranho. Portanto, nesse sentido, ele próprio também fazia essa... ou seja, expressava-se nas suas obras de arte de uma forma muito imersiva, portanto, vai buscar muitas referências. E, então, era mais do que justificável, claro.

21. Considera a utilização da comunicação multissensorial uma estratégia eficaz para promover a acessibilidade e a inclusão das pessoas com deficiências sensoriais?

LP: Claramente, sobretudo nos dias que correm em que as pessoas naturalmente vão à Internet, portanto vão ao website e tentam perceber como é que podem fazer a visita ao museu. Aliás, primeiro, se o museu lhes interessa, porque pode não interessar, não é? E o que é que vêm ver, como, quando... portanto, toda essa informação, que é de ordem mais prática, não só de conteúdo, ou seja, acho que é a combinação das duas coisas... quando eu quero visitar um museu, quando eu decido se vou ou não visitar um museu, portanto, eu exploro o museu no website e não quero que haja barreiras. Se o website de uma instituição estiver em baixo... eu não consigo aceder à informação... provavelmente eu vou decidir "Ai! Eu não consegui ver bem o que há efetivamente ou como é que lá chego, não vou". É precisamente a mesma situação, não é? Se o nosso website não estiver disponível para esses públicos, eles não conseguem aceder à informação, portanto, a probabilidade de virem é muito mais reduzida.

22. No âmbito do serviço educativo, quais são os principais benefícios de utilizar a comunicação multissensorial no museu, particularmente para as pessoas com deficiências sensoriais?

LP: Bom, depois depende da especificidade da deficiência, mas há efetivamente algumas aplicações em termos visuais e sonoros, dependendo, que provocam estímulos que a... A exposição estática ou mesmo mediadores, neste caso, pessoas, são estímulos que nós não conseguimos provocar. Estou a pensar, por exemplo, no plano do autismo, as pessoas usam muito os ecrãs e a cor. Estabelecem-se conexões com aquelas imagens e movimento que ultrapassam até a nossa compreensão, portanto, e nesse sentido, eu acho que são um excelente complemento. O que eu acho que varia muito entre programar uma atividade para um grupo de pessoas, portanto, que não têm necessidades especiais e a grande diferença é a produção. Portanto, o próprio mediador, o programador cultural, tem [...] que ter um lado de produção da atividade que até então, se calhar, não tinha. Isto em termos de recursos, em termos de estratégias... É quase como programar... não diria um espetáculo... mas tem de ir buscar uma variedade tão grande de recursos que até há bem pouco tempo não usava. Portanto, e no caso, por exemplo, se eu fizer uma visita guiada de um grupo perfeitamente normativo, sem necessidades especiais, o diálogo, pode atingir o diálogo, todos ouvimos, todos vemos, estamos todos no mesmo, mais ou menos na mesma linha de entendimento, então o grande desafio é realmente buscar a diversidade de posicionamento daquelas pessoas todas perante a vida. Portanto, aí estamos numa vertente que é também uma barreira, não é? Portanto, que é também um desafio, mas a diversidade de pessoas, mas que estão no mesmo tipo de leitura do mundo. Para públicos com necessidades especiais, o que nós temos é que ir buscar outras linguagens, outras formas de comunicação que são aquelas que nós nem sequer usamos, portanto, então, nesse caso também é desafiante para nós. Então, toda a produção de uma atividade dessa natureza também implica muito mais recursos e outro tempo. Outro tempo de preparação e também mais pessoas, se calhar, a fazê-la. É assim, é grande dificuldade. Daí eu estar a dizer que parece que estamos a programar um espetáculo no sentido de que é algo que é diferente para preparar uma visita, não é?

23. Além dos desafios que já mencionou, existem outros que o serviço educativo enfrenta, ao implementar exposições multissensoriais no museu?

LP: Nós não temos formação. Quando começámos este caminho profissional, eu falo em nome pessoal, nem era uma questão. Isto é, o que é que é preciso fazer para se trabalhar num museu na área de mediação cultural? É tirar Museologia, depois fazer formação na área de educação... É certo que na educação formal nós temos a parte de educação especial, que é todo um curso à parte e é uma área de especialização, mas não temos na Museologia a possibilidade de nos especializarmos nesta área, ou seja,

não há um curso, pelo menos que eu conheça de Museologia, porque devia ser a Museologia toda, não é só o serviço educativo. Depois, então, se quiséssemos, íamos para uma formação ainda mais específica que é, depois de estudares na Museologia, de percebermos as especificidades da acessibilidade. Então aí sim, vamos especializar-nos em quê? Na parte da exposição, na parte de comunicação ou na área de mediação cultural. Portanto, e nesse sentido... Por exemplo, há muito boas experiências desse ponto de vista que vêm de museus onde trabalham artistas. Isto é, como são... o artista, naturalmente, está habituado a expressar-se com outro meio que não é a palavra, que é o meio principal de expressão, eu que venho de História, de Museologia, de História e Filosofia da Ciência, não é, a palavra... um artista plástico tem uma vantagem desse ponto de vista, que é de desde sempre expressar-se através ou do som ou da imagem. Portanto, [...] é como se arranjasse outros alfabetos. E, nesse sentido, eu acho que tem ferramentas de comunicação que acabam por ser mais universais. E eu acho que é isso. Nos museus, eu acho que tem de haver este lado... fazemos uma comunicação universal. A música, dizem que a música consegue, não é? Mas que a maioria os objetos do museu nem sempre o fazem. Então, como é que nós temos públicos tão específicos e objetos que tem de comunicar entre si, mas as pessoas que estão a fazer essa mediação têm como principal ferramenta a palavra e a palavra não chega. Ou seja, nesse sentido, eu acho que é quase necessário fazer mesmo... daí a utopia, não é? Voltamos sempre à utopia... Não estou a dizer que me vou despedir [...], mas, nesse sentido, ou então deem formação às pessoas. Ou seja, e há uma falha de formação, que é um enorme desafio. Mais... Por outro lado, pode também haver aqui uma questão de... A falta de contato, mas isso já é um problema estrutural da sociedade, não é? Portanto, nós tendemos a agrupar-nos com pessoas que são mais iguais a nós, não é? Então nós não conhecemos esses públicos. Então, se calhar há questões de trato. Coisas básicas que nós não estamos habituados a fazer, portanto, sempre que vamos interagir com estes públicos, nós estamos sempre num, ou seja, há sempre ali um nível de contato com a diferença, não é, que tentamos atenuar. Aliás, não é... não é uma questão de tentar atenuar... é o que é, mas o que tentamos atenuar é o facto de não estarmos habituados a, não é? É isso de não estarmos habituados... Daí eu acreditar na inclusão em que é necessário criar espaços onde estamos todos juntos, seja no cinema, seja no museu, no café ou na praia ou onde for, precisamente para combater essa barreira.

24. O museu tende a priorizar a implementação de estratégias para facilitar a mobilidade dos visitantes e melhorar a legibilidade das informações, em detrimento da criação de experiências multissensoriais?

LP: No caso do Museu do Bordalo Pinheiro, nós não temos experiências multissensoriais e as poucas que existem... Existe agora uma, uma lá em baixo que é um ecrã de toque, que podia ser uma experiência multissensorial, ou seja aquilo é um objeto, uma ferramenta que é um painel gigante que poderia ter conteúdos multissensoriais adaptados, ou seja, muito mais inclusivos, mas, no fundo, o que tem é uma cronologia, portanto, [...] é preciso ver, saber ler para toques... e vai abrir janelas de informação para continuarmos a ler, para tocar. E creio que não tem som, pois não? Não. Poder pode, sim, mas pronto, a opção não foi o som. No fundo, a opção foi, em vez de termos um livro com uma cronologia, a cronologia de Rafael é muito grande, e, de repente, abrimos e vão abrindo as janelas como num livro, o que nós temos é um painel, um ecrã gigante que, no fundo, só tem essa informação. É essa transposição mais simples. Podia, efetivamente, ter outro tipo de utilização e até outro tipo de conteúdos, mas não tem.

25. O museu tem como estratégia comunicar aos públicos a dimensão multissensorial de certos projetos expositivos ou educativos?

LP: Não. Não sei se o Tiago disse que sim, mas...

TC: É comunicado.

LP: Sim, mas não é uma estratégia. Não é uma coisa que esteja... não é um eixo.

LP: Ou seja, nós, no [serviço] educativo, nós temos eixos, estruturamos a nossa atividade em eixos, etc., o que é que são as prioridades... Não temos... É assim, há uma coisa que nós temos no serviço educativo neste momento, que é um dos eixos... eu estou a conversar com a tutela no sentido de criar uma, acrescentar uma linha de trabalho aqui ao serviço educativo. Que eu nem sei depois se será serviço educativo que, em termos hierárquicos as coisas não funcionam assim, mas fazemos candidaturas de financiamento a projetos culturais. E uma das possibilidades é efetivamente angariar dinheiro para projetos desta natureza inclusivos e trabalhar com inclusão, seja que tipo de projetos estamos a fazer. Ou seja, sendo financiados, podemos conseguir ter alguma autonomia para conseguir esses recursos, mas mesmo isso, ou seja, vai com passos pequenos porque ainda não... Já trocamos alguns emails com a área que trata dessa parte, que é mesmo na sede e vamos ver se nos vão dar formação. Primeiro passo é a formação para percebermos como fazer as candidaturas, mas se essa formação for para a frente e se tivermos condições para fazer candidaturas, um dos eixos estruturantes será a acessibilidade.

26. Comunicar a dimensão multissensorial não é um eixo estratégico, mas é algo que fazem, correto?

LP: Sim, sim, claro. Aliás, a Teresa... quando há pouco falava que Teresa é a pessoa responsável por garantir que, dentro do museu, [...] a acessibilidade e a inclusão está a passar por todas as áreas e há essa articulação. [...] Eu também faço essa articulação. Tudo o que eu programo, envio para o Tiago [Guerreiro] para ser divulgado. E, depois, tudo o que são atividades direcionadas [...] para todos os públicos, incluindo públicos com necessidades especiais, portanto, a Teresa faz essa ponte com o Tiago especificamente, porque há ali especificidades de informação que têm que ser trabalhadas.

27. Qual é o departamento responsável por conduzir essa comunicação: o serviço educativo ou o departamento de comunicação? Ou ambos?

LP: Estamos a falar de uma parceria entre o educativo e comunicação.

28. Qual é o papel do serviço educativo nessa parceria?

LP: É assim, nós fazemos os programas. Depois, quando enviamos informação para a comunicação, a informação vai já trabalhada. [...] Obviamente que a comunicação tem um modo de comunicar, um estilo... É uma área específica. Depois é feita uma adaptação do que nós enviamos ao estilo, vá, da comunicação e depois há questões afinadas, por exemplo, no que toca à programação acessível com a Teresa, porque [...] a comunicação acessível é todo um mundo. Ou seja, como ainda há [...] o geral e depois um específico, portanto, é todo um mundo que não temos ferramentas para que isso aconteça tranquilamente. Se houvesse formação, a pessoa da comunicação como a pessoa do serviço, as pessoas do serviço educativo incluiriam essas especificidades em todos os objetos de comunicação que produzem, sem questionar, sem pestanejar, mas ainda estamos numa fase em que é preciso fazer essa mesma articulação.

TC: Até com os próprios públicos...

LP: Sim, sim, muitas vezes perguntar-lhes sim. [...] Neste caso da Língua Gestual, nas visitas, criamos aqui um conjunto de... pensámos num conjunto de nomes para as visitas e pusemos à consideração da mediadora precisamente porque é algo que nos é tão distante que nós, no fundo, também é ter uma atitude humilde perante todo o manancial e toda a especificidade que está aqui ao nosso lado e que nós não vemos. [...] Não temos capacidade de ver.

29. Considera que existem estratégias específicas para garantir que esta informação chega a todos os visitantes, incluindo aqueles com deficiências sensoriais?

LP: Existem coisas específicas porque é como se estivéssemos a sair da ignorância, não é? Portanto, para mim... Nós até há bem pouco tempo, não programávamos [...] Desde que os museus existem, até há bem pouco tempo, não estávamos sequer sensibilizados para estas questões, portanto, temos séculos de um tipo de comunicação para um público considerado normal, certo? E são esses os desafios de comunicação que nós temos e que herdámos. Hoje há maior sensibilização e como estamos em fase de transição, existem efetivamente essas especificidades de cada grupo. Portanto, nós procuramos tentar perceber e compreender qual é a especificidade de cada grupo. Agora eu espero que daqui a uns anos, não muito tempo, isto esteja presente em todos nós, que já não seja necessário ir consultar os públicos ou ir, não é, que esteja presente, mas isto é como tudo, é como quando vamos ao website das finanças. Eu falo por mim, eu não consigo perceber nada do que lá está. Eu preciso sempre ligar, mas, mas atenção, isto é um problema estrutural de Portugal. Nós não praticamos linguagem acessível para ninguém em nenhuma circunstância. Nós [...] consultamos um decreto-lei, vamos às finanças, à segurança social, recebemos uma carta formal de, e nada naquela linguagem é acessível. Se compararmos com o que acontece noutros países isso também nos deixa um pouco desconfortáveis, não é?

30. Pode dar exemplos concretos de práticas de divulgação de projetos expositivos ou educativos aos diferentes públicos do museu, nomeadamente aos portadores de deficiências sensoriais?

LP: Sim, nós agora vamos para a visita, já está partilhada para a visita em Língua Gestual. A mediadora criou... ela própria fez questão de... é costume fazer um vídeo, em Língua Gestual para divulgar a visita. E ainda na semana passada, a Teresa lembrou-se e bem de fazer um vídeo de apresentação do museu, também em Língua Gestual, quase uma espécie de "Quando vierem ao museu, as pessoas surdas quando vierem ao museu, o que é que vão encontrar?" Uma espécie de vídeo de apresentação. Foi bem lembrado e eu até acrescentei que faz sentido que esse vídeo seja então verdadeiramente inclusivo esteja falado em língua portuguesa, com uma pessoa lado a lado e no mesmo plano a fazer a mesma apresentação em língua gestual. Portanto, que é um vídeo que provavelmente vamos fazer até ao fim do ano, espero eu. Mas sim.

31. Como são avaliadas as necessidades de acessibilidade do público com deficiências sensoriais antes de implementar novas exposições ou programas?

Existe um processo prévio de consulta com os públicos relevantes para identificar as suas necessidades e desafios?

LP: Existe. Existem inclusivamente associações... no que toca à programação, atenção. Existem associações com as quais contactamos. A Teresa faz esse papel, esse trabalho. São, no fundo, nossos parceiros. Sempre que queremos trabalhar com determinado, preparar-nos também para receber um determinado público, estabelecemos essa relação, não só nos "Diagnósticos Bordialianos", em que podemos receber qualquer pessoa que tenha interesse, nós próprios também fazemos esse contato externamente, vamos à procura. E a Teresa tem tido reuniões com várias dessas associações e instituições que, no fundo, muitas vezes são associações que, cujos associados são os públicos a que nós queremos chegar.

TC: E no próprio contexto da mediação nós fazemos à posteriori, ou seja, pedimos um retorno [...] que depois, muitas das vezes, nos chega por escrito, mas que também nos permite ir melhorando.

LP: Sim, sim, claro.

32. Além da consulta, o museu adota outros métodos para investigar os problemas e desafios enfrentados por pessoas com deficiência? Quais são esses métodos?

LP: Neste momento, não temos, não. Mas se houver outros, digam-nos!

TC: [...]

LP: Estava aqui a pensar...podia valer a pena, por exemplo, ver estatísticas, inquéritos feitos a estes grupos, etc. Isso por acaso nós nunca...

TC: Podia haver uma coisa mais sistemática...

LP: Exato.

TC: Eu faço isto de uma forma muito informal...

LP: Não, mas em termos nacionais, por exemplo, temos os "Pordatas", e aquelas... e pronto, é todo um outro mundo, lá está, de recursos. Mas, nós tentamos muito esta estratégia de proximidade. Estamos cada vez mais... e depois isto já é uma outra... em termos do serviço educativo em geral. O serviço educativo tem estado a trabalhar cada vez mais para equilibrar aquilo que é a visita pontual ao museu, com projetos de longa duração. Portanto, então, a estratégia de proximidade ganha cada vez mais força. Independentemente das estatísticas nos dizerem "Ai... as pessoas gostam de ir aos

museus fazer A, B e C", para nós são números cegos, abstratos, nós não sabemos de quem é que estamos a falar, até porque muitas vezes não sabemos em que condições é que as pessoas estão a responder aqueles questionários. Até porque somos um museu com recursos limitados e a estratégia de proximidade e trabalhar com essa proximidade e isso já nos dá imenso trabalho. Imenso trabalho no sentido que já preenche muito aquilo que são os nossos recursos e acreditamos que o significado do trabalho continuado com determinados grupos... estamos abertos a todos.... portanto, não, não recusamos pessoas... o que podemos é estender no tempo, vamos estendendo e a continuidade em que acontece. Em vez de ser mais periódica, mais extensa, mas queremos cada vez mais receber pessoas que nos visitam não só uma vez, portanto, em ultima instancia, é quase avaliar a qualidade do nosso trabalho pela quantidade de pessoas que vêm cá e começam a criticar o museu, a dizer mal, dizer mal daquilo que fazemos. Quando isso acontece é porque a nossa relação já é tão forte, não é, que permite que as pessoas olhem para o museu, sintam o espaço como delas e até questionem, "olha, isto não devia estar aqui, devia estar ali, não gostei desta peça, não gostei", quando isto acontece, nos sentimos "Ok, o nosso trabalho está a correr bem". Porque nós não estamos cá para ser elogiados, nós estamos cá para que as pessoas sintam o museu com um espaço delas. Em última instância, é isso. Agora isto não significa que não seja importante fazer essa análise mais macro de perceber, "olha, qual é a tendência?", "olha, as pessoas cegas responderam um questionário em que nos hábitos culturais gostam de A, B e C", é fundamental, claro que sim, em termos macro, mas seria em termos de estratégia museológica nacional e numa perspectiva mais... lá está, quando houver recursos e pudermos pensar assim.

33. Que departamento(s) do museu estabelece(m) essas colaborações [com os públicos relevantes]? O serviço educativo é um deles?

LP: [...] os outros colegas também o fazem, mas normalmente é a Teresa. [A Teresa] tem feito esse trabalho desde que chegou há um ano. Portanto, isto é, qualquer um de nós pode estabelecer essa parceria... Do serviço educativo, certo? [...]. Quando alguém o faz, é um trabalho que é acompanhado pela Teresa. É um trabalho que está a ser coordenado por ela.

34. Existem feedbacks regulares do público com deficiências sensoriais sobre a acessibilidade das exposições e programas? Através de que canais chega esse retorno? Como são utilizados esses feedbacks?

LP: A avaliação, não é? Não temos. Quer dizer, chega-nos através de comentários espontâneos e de emails. Poderíamos ter isso montado. Aliás [...] Eu já fiz várias

propostas de questionários. Mas o questionário é todo um desafio, não é? Há a experiência e, depois, de repente a pessoa [...] sai daqui exausta [...] De repente, "se não se importar, pode preencher este questionário?"... Não." ... É um bocado complicado, não é? Daí eu achar que a relação de longa duração, a relação continuada com os públicos faz muito mais sentido, porque aí nós já podemos avaliar e a avaliação também é mais real. As pessoas já se sentem mais confortáveis para... Se eu for a um sítio uma vez e pensar que nunca mais quero cá voltar e dão-me um questionário para preencher, eu vou... Primeiro, vou preenchê-lo de forma quase irrefletida, ele não vai estar, não sei até que ponto ele vai estar próximo do real e por isso a pessoa pensa "nem me quero chatear". Portanto, faço, põe tudo médio, não é? E depois eu penso "Uau, estamos a fazer um trabalho médio", quando, na verdade, correspondia a um trabalho horrível. Na longa duração, nós vamos, ou seja, não há uma avaliação quantitativa direta, mas temos uma avaliação qualitativa que eu acho que faz muito mais sentido. É quando os públicos começam a dizer-nos aquilo que querem fazer, não é, e impor, quase, porque há públicos, [...] há pessoas que têm assim mais... são mais impositivas do que outras e nós ficamos todos contentes.

TC: No contexto da mediação cultural, o facto de eu, ao invés de passar um papel às pessoas para elas preencherem, conversar com elas, se gostaram, e estar ali dez, quinze minutos a explorar, que é quando as pessoas estão disponíveis, e a maior parte das vezes estão, dá-nos muito mais resultados. Eu tenho quase a certeza de que o tal papel para preencher com perguntas-chave [...] acabamos por ter um manancial de informação que, se calhar, não está tão estruturado, mas que é mais fácil de percebermos efetivamente. É o *real feel* da visita, mais do que uma pergunta standard, que pode facilitar o processamento de dados, mas que provavelmente não nos iam dar [...].

35. O museu oferece formação específica aos colaboradores para os preparar adequadamente para a receção de visitantes com deficiências sensoriais?

LP: Não há formação específica. A EGEAC promove um conjunto de ações de formação vocacionadas para a acessibilidade em que temos alguns módulos, mas são módulos básicos de iniciação. Portanto, não há uma garantia de formação especializada para receber de forma cabal as pessoas com necessidades especiais. Isso acaba por ser um trabalho dos próprios mediadores culturais quando querem ter um serviço educativo ou um departamento de educação acessível, portanto, de investimento pessoal nessa mesma formação, infelizmente.

36. Garantir o acesso e a participação em atividades culturais no museu pode impactar positivamente a confiança, a autoestima e a autodeterminação dos indivíduos, especialmente aqueles com deficiência?

LP: Eu acho que pode impactar as pessoas todas, isto é, numa perspectiva inclusiva. Pode impactar às vezes positivamente, outras vezes negativamente, porque os museus contam histórias, ou seja, não vejo os museus como aquele lugar que contribui para aumentar a autoestima das pessoas, portanto, não é nessa posição que nós queremos estar. Portanto, o museu divulga histórias, tem um conteúdo importante para divulgar, que traz obviamente muitas vantagens. Permite-nos conhecer a nossa própria história, a nossa identidade. Nós acreditamos que isso é importante para a construção das pessoas enquanto cidadãos. No caso do Museu Bordalo Pinheiro... O Bordalo, obviamente, é um museu relacionado com o humor e nessa perspectiva, temos essa ferramenta que é importante, o sentido de humor do próprio artista. E depois, as ferramentas de cidadania, pensamento crítico e tudo mais. Portanto, nessa perspectiva, o museu pode funcionar como um espaço onde realmente as pessoas têm experiências, em que saem daqui a pensar, a pensar em si enquanto cidadãos. Ou seja, isso está presente, mas não é a prioridade. Acho que percebes o que eu estou a dizer, ou seja, não somos uma espécie de comprimido para a autoestima das pessoas. Mas queremos, obviamente, que as pessoas se sintam bem-vindas, bem recebidas, todas elas. Obviamente, no caso das pessoas com necessidades especiais, é mais desafiante, porque nem sempre temos as condições necessárias, mas tentamos — até do ponto de vista humano, às vezes quando as condições físicas não são suficientes do ponto de vista humano, tentamos sempre acolher as pessoas da melhor maneira, todas elas. Portanto, e nesse sentido, sim, o museu pode. Falo da minha experiência pessoal. O museu tem esse impacto em mim. Mas isso sou eu, portanto, terá outros impactos de outra natureza, noutras pessoas, o que também é rico e é positivo. Pode haver às vezes experiências um bocadinho mais inquietantes, ou seja, que não são consideradas maravilhosas ou... o que eu quero dizer é que o museu também não é um espaço de autoajuda, é um espaço que vai além disso. E o importante é que as pessoas sintam que a experiência foi importante, independentemente de ser reconfortante, ou seja, é uma experiência importante para elas. É mais nesse sentido.

37. Como vê o futuro das práticas multissensoriais no museu? Existem planos para expandir ou inovar nesta área, particularmente no que diz respeito à inclusão de pessoas com deficiências sensoriais?

LP: Bom, isso implicaria todo um investimento nos museus que, neste momento, não há. Em especial no panorama museológico português. Eu concordo que as experiências multissensoriais fazem todo o sentido, no sentido de chegar às diferentes variedades de público com diferentes condições. Mas, ou seja, no fundo são tecnologias que devem estar ao serviço da mensagem do museu, mas que implicam exatamente esse investimento que não existe, ou seja, os próprios programas museológicos, não têm essa prioridade. A acessibilidade não é uma prioridade no espaço museológico, infelizmente. Ou seja, pode ser em teoria, mas depois na prática isso não se vê. Neste momento, aliás, uma diferença relativamente à primeira entrevista... neste momento, na EGEAC há mesmo uma pessoa que vai ser responsável, que é uma pessoa que tem alguma experiência em fundos, que é responsável por parte da acessibilidade, ou seja, na empresa toda. Estamos a falar, vai articular com o Museu Bordalo Pinheiro e com todos os outros equipamentos culturais da EGEAC, e que vai investir nesta parte da acessibilidade, se calhar com outras condições e com um novo fôlego. E eu acredito que tendo experiência em financiamentos e candidaturas, isso possa trazer novidades no que toca às experiências multissensoriais, e outro tipo de ferramentas que nós neste momento não temos. Por outro lado, depois tem de haver também uma articulação entre estas projetos e estes interesses, também com a parte de curadoria que, infelizmente, muitas vezes ainda é muito clássica. Ou seja, no fundo, o que é necessário é criar grupos de trabalho, por um lado das equipas das acessibilidades, por outro das equipas de financiamentos e captação de fundos e por outro também das áreas de curadoria para que, juntos, possam, e também de mediação, obviamente, mas que, juntos, possam, então, criar não só exposições, acessos ao museu e lugares, onde as pessoas possam ter então essas experiências e, sobretudo, a preocupação inicial é o uso de tecnologias no museu. Por exemplo, há cerca de 20 anos, portanto, estava muito em voga, e muitas vezes o que se via em algumas experiências era a sobreposição da tecnologia em relação ao conteúdo e à mensagem que se queria passar. Portanto, faz sentido ter experiências multissensoriais, mas que estejam devidamente consolidadas para que a mensagem passe devidamente ao público e não ter um conjunto de experiências multissensoriais só por si, portanto, sem conteúdo, sem que o conteúdo esteja adequado. O que depois pode criar ali algum ruído na experiência do visitante.

38. Quais características devem estar presentes para que um museu possa ser considerado plenamente inclusivo?

LP: Bom, eu mantenho esta ideia de que a inclusão é sempre um caminho, não é? Portanto, esta ideia utópica. E mesmo aquilo que nós consideramos como condições especiais de participação e dos nossos visitantes também é algo que está sempre a

mudar. Hoje há determinadas condições ou até doenças que estão detetadas e classificadas e se calhar amanhã vai haver muitas mais que hoje não são reconhecidas, não é? Portanto, essa perspetiva nós estamos sempre a tentar. No fundo é perceber esta ideia de que todos nós somos diferentes, todos nós temos as nossas condições e eu acho que o lado humano, portanto, da mediação. A mediação é um ponto forte da acessibilidade, precisamente por isso. Tem a ver muito com este contato humano. Nós conhecemos as pessoas, lidamos diretamente com elas, e conseguimos perceber que as diferenças entre as pessoas são muito mais do que aquelas que estão classificadas. E portanto, nesse sentido, independentemente de todas as ferramentas que possam existir e que possam ser inventadas. Quando digo ferramentas, digo tecnologia, é não perder este lado do contato humano e de perceber efetivamente o que é que faz sentido para uma determinada pessoa e não para outra. E, portanto, de que forma é que nós podemos responder à diversidade? Isso é quase a pergunta de um milhão de dólares, não é? Que é impossível respondermos a toda a gente, mas o caminho é, ou seja, mas é para isso que tentamos trabalhar. Ou seja, é mais a atitude e eu falo da mediação porque sou responsável pelo serviço educativo, mas isto é válido para qualquer área do museu. Mas de um ponto de vista mais pragmático, mais prático, para além da atitude, que eu acho que é o elemento principal, esta atitude utópica, que é fundamental, depois há medidas muito concretas, como a formação de todos os profissionais, desde a direção às curadorias, à comunicação, à mediação, às pessoas que fazem receção no museu, à investigação. Formação na área de vários níveis, consoante obviamente o contato que têm com as pessoas e o tipo de comprometimento que têm com o público. Por exemplo, uma pessoa da área de investigação e que faça curadoria de exposições, se tiver sensibilizada para a questão da diversidade e da inclusão, obviamente que os temas que vai escolher para as exposições, tratarão também mais dessa diversidade, não é, portanto, uma pessoa que esteja mais afastada destas temáticas, à partida, escolherá temas como acontecia há muitos anos nos museus, os curadores faziam exposições para os historiadores da arte, por exemplo, e era tudo muito elitista e os discursos de pouco ou nada diziam à maioria dos visitantes, não é. Portanto, e eu acredito, ou seja, claramente a formação e depois a questão do financiamento, não é, para se poderem fazer planos a médio e longo prazo, ou seja, nesta lógica do caminho utópico, mas com planos muito concretos, com cronogramas e implementação de mecanismos de inclusão. Por outro lado, o estudo constante sobre estas temáticas porque, lá está, elas estão sempre em mutação, não é? Mas creio que, ou seja, é quase uma revolução dentro dos museus.

Apêndice 14 - Contabilização das palavras e ideias associadas a cada subcategoria

Subcategoria - Inclusão social no museu

Palavras e ideias	Nº de referências	Nº de parágrafos
Museu ⁷⁰	78	19
Inclusão social ⁷¹	24	12
Formação ⁷²	19	6
Diversidade ⁷³	10	5
Proximidade ⁷⁴	10	4
Recursos ⁷⁵	8	4
Abertos ⁷⁶	8	3
Total	157	53

Tabela 13 - Contabilização de palavras e ideias associadas à subcategoria "inclusão social no museu". Tabela elaborada pela investigadora.

Subcategoria - Barreiras ao acesso

Palavras e ideias	Nº de referências	Nº de parágrafos
Barreiras ⁷⁷	11	6

⁷⁰ É também considerado o plural de museu, a saber "museus".

⁷¹ São consideradas também as palavras e ideias: "Inclusão", "Inclusiva", "Perspetiva inclusiva" e "Plenamente inclusivo".

⁷² São consideradas também as palavras e ideias: "Ações de formação", "Formação especializada", "Formação específica" e "formações".

⁷³ São consideradas também as palavras "Diferença" e "Diferenças", quando utilizadas para evidenciar que os públicos-alvo apresentam características distintas e necessidades específicas.

⁷⁴ São também consideradas as palavras e os conceitos associados a "proximidade", como "estratégia de proximidade", "aproximar" e "aproximarem".

⁷⁵ São também consideradas as palavras "recurso" ou "recursos", sempre que são utilizadas para expressar a falta de recursos, nomeadamente financeiros, materiais ou humanos, por parte dos museus.

⁷⁶ São consideradas também as palavras e ideias: "Aberto", "Abertos à sociedade", "Completamente abertos à sociedade", "Espaço aberto", "Espaços cada vez mais abertos", "Espaço aberto à comunidade", "Estamos abertos a todos", "Voltados para a sociedade" e "Não recusamos pessoas".

⁷⁷ Considera-se também as palavras: "Barreira", "Fragilidades", "Falhas", "Problema", "Desafios" e "Constrangimentos", quando utilizadas para referir os diversos obstáculos ou dificuldades que se verificam no acesso dos públicos com deficiência ao museu.

Total	-	-
--------------	---	---

Tabela 14 - Contabilização de palavras e ideias associadas à subcategoria "barreiras ao acesso". Tabela elaborada pela investigadora.

Subcategoria – Programação inclusiva

Palavras e ideias	Nº de referências	Nº de parágrafos
Visita ⁷⁸	90	31
Programação ⁷⁹	55	19
Mediador ⁸⁰	15	8
Reuniões técnicas ⁸¹	9	4
Total	169	62

Tabela 15 – Contabilização de palavras e ideias associadas à subcategoria "programação inclusiva". Tabela elaborada pela investigadora.

Subcategoria – Comunicação estratégica

Palavras e ideias	Nº de referências	Nº de parágrafos
Comunicação	33	15
Estratégia	14	6
Publicações ⁸²	12	4
Conteúdos	7	4
<i>Mailing list</i>	5	2
Comunicação digital ⁸³	3	2

⁷⁸ Considera-se também as palavras: "visitas", "visitas guiadas", "visita guiada", "atividades", "atividade" ou "atividade programada", sempre que estas surgem no âmbito dos programas educativos propostos pelo museu.

⁷⁹ São igualmente consideradas as expressões "programações", "programação educativa", "programa" e o verbo "programar".

⁸⁰ Considera-se também as palavras "mediadora", "mediadores" e "programador".

⁸¹ São igualmente contempladas as expressões "reunião técnica", "reunião", "reuniões" e o verbo "reunir", sempre que utilizados para designar os momentos de interação entre as equipas dos museus e os responsáveis pelos grupos visitantes, com o objetivo de identificar as respetivas características e necessidades.

⁸² Os termos "post" e "posts" são também contemplados aqui.

⁸³ É também considerada a expressão "Comunicação em suportes digitais".

Total	74	33
--------------	-----------	-----------

Tabela 16 - Contabilização de palavras e ideias associadas à subcategoria "comunicação estratégica". Tabela elaborada pela investigadora.

Subcategoria – Meios e formatos de comunicação inclusiva

Palavras e ideias	Nº de referências	Nº de parágrafos
Website	24	13
Newsletter ⁸⁴	11	7
Redes sociais	10	8
Braille	8	3
Leitor de ecrã ⁸⁵	8	4
Linguagem acessível ⁸⁶	5	4
Impressa ⁸⁷	5	2
Vídeo	5	1
Texto alternativo ⁸⁸	3	3
Total	79	45

Tabela 17 - Contabilização de palavras e ideias associadas à subcategoria "meios e formatos de comunicação inclusiva". Tabela elaborada pela investigadora.

Subcategoria – Envolvimento das pessoas com deficiência

Palavras e ideias	Nº de referências	Nº de parágrafos
Instituições ⁸⁹	16	4
Focus group	6	3
Consultoria ⁹⁰	4	2

⁸⁴ É também considerado o uso no plural, designadamente "newsletters"

⁸⁵ É também considerado o uso no plural, nomeadamente "leitores de ecrã".

⁸⁶ Neste contexto, é também considerada a expressão "linguagem clara e acessível".

⁸⁷ É também considerada a palavra "impresso".

⁸⁸ Também se considera a expressão: "legenda da imagem"

⁸⁹ Considera-se também a expressão: "Instituição" e "Associações".

⁹⁰ São também consideradas as palavras e expressões: "Consultas" e "Espaço consultivo".

Total	26	9
--------------	-----------	----------

Tabela 18 - Contabilização de palavras e ideias associadas à subcategoria "envolvimento das pessoas com deficiência". Tabela elaborada pela investigadora.

Subcategoria – Coordenador da acessibilidade

Palavras e ideias	Nº de referências	Nº de parágrafos
Diálogo ⁹¹	8	5
Total	-	-

Tabela 19 - Contabilização de palavras e ideias associadas à subcategoria "coordenador da acessibilidade". Tabela elaborada pela investigadora.

Subcategoria – Recursos de comunicação multissensorial

Palavras e ideias	Nº de referências	Nº de parágrafos
Percurso tátil ⁹²	26	6
Recurso ⁹³	24	14
Audioguia ⁹⁴	14	4
Audiodescrição ⁹⁵	12	4
Peças táteis ⁹⁶	10	5
Experiências multissensoriais ⁹⁷	10	5

⁹¹ É considerado também os termos "articulação" e "articula", quando este é utilizado para afirmar que o colaborador responsável pela área da acessibilidade e da inclusão social no museu, estabelece diálogo ou se articula com os outros departamentos do museu.

⁹² São também consideradas expressões como "Percurso tátil", "Percurso", "Estações táteis" e "Estações", uma vez que todas remetem para a mesma ideia.

⁹³ É também considerado o plural de recurso - "recursos", mas também os termos "materiais", "instrumentos" e "ferramentas", sempre que utilizados para referir os diversos suportes e instrumentos disponibilizados pelos museus com o intuito de promover uma experiência museológica inclusiva.

⁹⁴ É também considerada a palavra "audioguias".

⁹⁵ São consideradas ideias como "guiões com audiodescrição", "guiões de audiodescrição", "discurso da audiodescrição" e "audiodescrições".

⁹⁶ São também consideradas as palavras e ideias "peças de cerâmica" e "peças", sempre que empregues para referir os exemplares originais disponibilizados pelo museu para contacto tátil por parte dos visitantes.

⁹⁷ São também consideradas a expressão e as palavras "conteúdos multissensoriais", "multissensorial" e "multissensorialidade".

Comida ⁹⁸	9	5
Som ⁹⁹	7	4
Sonoplastia	7	3
Cheiros	4	1
Sentidos ¹⁰⁰	4	3
Olfato	3	3
Paladar	2	2
Total	132	59

Tabela 20 - Contabilização de palavras e ideias associadas à subcategoria "recursos de comunicação multissensorial". Tabela elaborada pela investigadora.

Subcategoria - A comunicação multissensorial enquanto experiência enriquecedora

Palavras e ideias	Nº de referências	Nº de parágrafos
É para todos ¹⁰¹	5	3
Largamente enriquecedor ¹⁰²	4	3
Total	9	6

Tabela 21 - Contabilização de palavras e ideias associadas à subcategoria "a comunicação multissensorial enquanto experiência enriquecedora". Tabela elaborada pela investigadora.

⁹⁸ É considerado também o plural - "comidas".

⁹⁹ Também é considerada a expressão "Componente sonora", "Exploração sonora", "Sonora", "Som corporal" e "Canto".

¹⁰⁰ É também considerada a expressão "cinco sentidos".

¹⁰¹ São ainda consideradas outras expressões, como "todos", "toda a gente", "todos os outros públicos", "totalidade dos seus públicos", quando utilizadas para afirmar que as experiências multissensoriais se destinam à generalidade dos públicos e/ou são uma mais-valia, com potencial para enriquecer ou impactar os destinatários.

¹⁰² É também considerada a palavra "enriquece".

Categoria - As RP e a Comunicação Multissensorial

Palavras e ideias	Nº de referências	Nº de parágrafos
Divulgação ¹⁰³	8	5
Contactar diretamente ¹⁰⁴	6	2
Total	14	7

Tabela 22 - Contabilização de palavras e ideias associadas à categoria "as RP e a comunicação multissensorial". Tabela elaborada pela investigadora.

¹⁰³ São também considerados o verbo "divulgar" e as formas verbais "divulga" e "divulgam".

¹⁰⁴ É considerada também a ideia "o contacto o mais direto possível", "contato diretamente", "contactar as associações", "mail personalizado" e "mail para as associações". Todas remetem para a mesma ideia: estabelecer um contacto direto com as pessoas com deficiência e com as associações.

Apêndice 15 – Parâmetros de observação às visitas guiadas

1. Organização geral da visita

Duração da visita - registrar a duração total da visita.

Tamanho do grupo - contabilizar o número exato de participantes.

Perfil dos participantes - determinar se o grupo é homogêneo ou heterogêneo.
Determinar as necessidades educativas especiais do grupo.

2. Estratégias de comunicação multissensorial

Estímulos sensoriais oferecidos – visuais (observação de obras de arte, gráficos, fotografias, vídeos ou outros elementos visuais), auditivos (explicações do guia, uso de sons/música, audiodescrição), táteis (interação com objetos, réplicas, texturas ou materiais), olfativos (aromas associados ao tema da exposição/programa, utilizados como recurso para enriquecer a experiência) ou gustativos (sabores associados aquilo que está ser abordado ou apresentado, utilizados como recurso para enriquecer a experiência)

Utilização dos estímulos – observar quando e como os estímulos são introduzidos: no início (para captar atenção), durante (para reforçar a explicação) ou no final (para consolidar memórias); analisar se os estímulos estão integrados de forma natural ou parecem forçados/desconexos

3. Papel do guia

Utilização de estímulos – observar se o guia destaca ou convida os participantes a explorar diferentes estímulos. Identificar se há instruções explícitas para o uso dos sentidos, como "olhem para os detalhes deste objeto" ou "toquem nesta textura".

Interação – perceber se o guia faz perguntas, estimula o diálogo ou incentiva os participantes a partilhar experiências ou a tecer comentários.

4. Envolvimento dos participantes

Reações imediatas - anotar sinais visíveis de entusiasmo, curiosidade, surpresa ou emoções negativas (aborrecimento, distração).

Interação sensorial - observar se os visitantes exploram os estímulos quando incentivados.

Perguntas ou comentários – registar se os participantes fazem perguntas ou estabelecem relações com o que é apresentado.

5. Espaço e ambiente

Configuração do espaço - observar como o espaço é organizado (salas abertas, áreas de circulação, acessibilidade para pessoas com mobilidade reduzida, entre outros). Identificar se há barreiras físicas que dificultem a experiência (por exemplo, vitrines muito altas ou legendas pouco legíveis).

Condições ambientais - luz: verificar se a iluminação é adequada (suficiente, direcionada para as obras ou pontos de interesse, sem encandeamento); som: notar se o som ambiente é confortável ou se interfere na audição do guia; temperatura: considerar se as condições térmicas são adequadas ou desconfortáveis.

Disposição dos objetos - observar se há elementos que convidem à exploração (por exemplo, sinais de "toque permitido", estações interativas ou dispositivos tecnológicos); identificar se há uma lógica clara na organização das peças, que ajude a narrativa sensorial da visita.

Apêndice 16 – Relatório de observação à visita "Veneza em festa: visita tátil"

1. Organização geral da visita

Duração da visita	Tamanho do grupo	Perfil dos participantes
1h00	2 pessoas.	1 pessoa com deficiência visual e 1 pessoa normovisual, acompanhante.

2. Estratégias de comunicação multissensorial

Estímulos sensoriais oferecidos	Visão
	Audição - audiodescrição e sonoplastia na exposição
	Tato - estações táteis
Utilização dos estímulos	<p>Visão: as pessoas normovisuais conseguem ver as obras em exposição e as descrições que, além do título, autor, data, local de origem e técnica artística utilizada, inclui dois textos informativos, um em português e outro em inglês</p> <p>Audição: é reproduzido um áudio com o som das ondas do mar, o canto das gaivotas e o sino do campanário</p> <p>Tato: existem sete estações, que podem ser exploradas através do tato, tanto por visitantes com deficiência visual quanto por visitantes normovisuais. Existem, por exemplo, em algumas das estações táteis materiais em 3D, em escala reduzida, de edifícios, que podem ser tateados.</p> <p>A primeira estação tátil consiste num mapa tátil da cidade. No mapa, existem dois elementos 3D. Um dos elementos representa a Ponte de Rialto e o outro elemento representa a Praça de São Marcos. A estação tátil, para além de incluir uma breve descrição em braille, dispõe de um QR Code que, ao ser decodificado, direciona o visitante para uma página na internet. Esta página contém uma audiodescrição do mapa tátil. A audiodescrição tem também sonoplastia (sons de instrumentos musicais).</p>

A segunda estação tátil consiste numa réplica da Praça de São Marcos. A réplica tem textura e cor. Tal como na estação tátil anterior, existe nesta, uma descrição em braille e um QR Code que dirige o visitante a uma página com audiodescrição que tem também sonoplastia.

A terceira estação tátil faz uma desconstrução do Bucentauro. Esta estação contém vários elementos/peças que compõem o Bucentauro e podem ser tateados: o Bucentauro, a vista lateral com remos, um elemento decorativo, o Leão de São Marcos, símbolo da cidade. Ao tatear, o visitante com deficiência pode perceber as características destes elementos. A estação tem também um QR Code que, assim como as outras estações táteis, redireciona o visitante para uma audiodescrição com sonoplastia (som das ondas do mar). E tem também uma descrição por baixo em braille.

A quarta estação tátil é uma representação da pintura "A largada do Bucentauro", de Francesco Guardi. Na imagem da pintura existem linhas em relevo que permitem a exploração tátil pelos visitantes. Por exemplo, no mar existem linhas onduladas para representar as ondas. Além disso, a estação inclui um QR Code que, ao ser acedido, direciona o visitante para uma audiodescrição com sonoplastia incluída (som das ondas do mar), detalhando as características da pintura.

A quinta estação é sobre a Ponte Rialto, que além das texturas, tem também cor.

A sexta estação apresenta a gravura "O Molhe e a Margem dos Escravos", de António Visentini. Inclui uma audiodescrição (com o som das ondas do mar como música de fundo) e uma descrição em braille. Além disso, nesta estação, há uma placa adicional que representa os elementos presentes na gravura, que pode ser tateada.

A sétima estação apresenta a pintura "A Regata no Grande Canal Junto à Ponte de Rialto", de

	<p>Giacomo Guardi. Esta estação inclui uma descrição em Braille e um QR Code que direciona para uma audiodescrição que tem, também, o som ambiente das ondas do mar.</p> <p>Ao longo de toda a exposição, os sentidos da audição e do tato estão constantemente presentes. Os sons previamente mencionados podem ser ouvidos em todos os momentos, criando uma atmosfera imersiva. As estações táteis estão estrategicamente posicionadas na sala. Por exemplo, a estação tátil dedicada ao Bucentauro está localizada próxima ao próprio objeto do Bucentauro em exibição.</p>
--	---

3. Papel do guia

Utilização dos estímulos	O guia incentivou o participante com deficiência a interagir com as estações táteis. Utilizou instruções claras para orientar o participante. Em determinados momentos, o guia gentilmente segurou a mão do participante, guiando-a até os pontos específicos que ele queria que fossem explorados.
Interação	A visita foi bastante interativa. O guia fez várias perguntas ao participante e o participante com deficiência visual respondeu a todas as questões.

4. Envolvimento dos participantes

Reações imediatas	O participante com deficiência visual gostou das estações táteis e da possibilidade de as tocar. Gostou também da componente sonora. Revelou, no entanto, que pensou que fossem sons vindos do exterior do museu. Apenas no final da visita, quando o guia fez referência aos sons e explicou o seu propósito, é que percebeu que, na realidade, eram sons pré-gravados, inseridos para recriar o ambiente sonoro da cidade de Veneza. Os participantes, tanto a pessoa com deficiência visual como a pessoa normovisual, não demonstraram emoções negativas, tanto relativamente aos estímulos sensoriais, quanto à visita como um todo.
Interação sensorial	O participante tocou todas as estações táteis. Foi incentivado a fazê-lo.

Perguntas ou comentários	Uma das primeiras perguntas que o guia fez aos participantes foi se já tinham visitado a cidade de Veneza, ao que o participante com deficiência visual respondeu que sim. Esse foi o ponto de partida para a conversa, que abriu o diálogo entre o participante e o guia. O facto de o participante já ter visitado a cidade facilitou-lhe a conexão com as obras e elementos expostos, permitindo-lhe estabelecer relações mais facilmente com o que estava na exposição. O participante com deficiência visual interagiu bastante, fazendo vários comentários e perguntas ao guia.
--------------------------	---

5. Espaço e ambiente

Configuração do espaço	A sala da exposição é ampla. Contém apenas algumas paredes, onde estão penduradas as pinturas com as respetivas descrições. É uma área de circulação ampla, proporcionando fácil mobilidade, inclusive para pessoas com mobilidade reduzida. Estão disponíveis bancos dobráveis junto à entrada, destinados a visitantes que tenham dificuldade em permanecer longos períodos em pé.
Condições ambientais	Junto à porta de entrada, a luminosidade é reduzida, sem presença de luz natural e com pouca iluminação artificial. No entanto, à medida que se avança em direção ao centro da exposição, a iluminação vai gradualmente tornando-se mais intensa, existindo tanto luz natural, como luz artificial. Foram instalados vários focos de luz, direcionados tanto para as obras expostas quanto para as descrições de cada obra e peça de arte. O volume do áudio é adequado. Não interfere na audição do guia e não dificulta a comunicação entre os visitantes com deficiência e os seus acompanhantes. A temperatura do espaço é agradável.
Disposição dos objetos	Não existe qualquer sinalização dirigida aos visitantes normovisuais que informe sobre a possibilidade de interação tátil, nomeadamente através de uma indicação de "toque permitido". Existe um dispositivo tecnológico, ou seja, para esta exposição temporária, o Museu Calouste Gulbenkian criou um chatbot denominado "VenezalA", programado para responder às questões dos visitantes acerca das obras e peças de arte expostas. À entrada da exposição, foi instalado um dispositivo tecnológico não tátil, que transmite um vídeo simulando uma conversa no WhatsApp entre o visitante e o Museu Gulbenkian. No

	entanto, o dispositivo não é acessível a pessoas cegas, uma vez que não reproduz som.
--	---

Apêndice 17 - Relatório de observação à visita "Museu portátil: sabores, cores e riscadores"

1. Organização geral da visita

Duração da visita	Tamanho do grupo	Perfil dos participantes
1h30	Grupo composto por 11 elementos	Turma do 1º ciclo composta por alunos com e sem necessidades educativas específicas.

2. Estratégias de comunicação multissensorial

Estímulos sensoriais oferecidos	Visão - visualização de obras de arte e de outros elementos.
	Tato - interação com texturas.
	Olfato - aromas associados ao tema da mostra.
Utilização dos estímulos	<p>A visita teve início com a observação de um objeto, uma caneca cilíndrica de cor salmão, decorada com flores, pertencente ao núcleo do Oriente Islâmico. As crianças passaram alguns minutos a refletir sobre o objeto, questionando a sua origem e a sua possível utilização, ponderando se teria sido utilizado para fins decorativos ou para consumir algum tipo de líquido. Após esta reflexão, o grupo sentou-se no chão para desenhar, utilizando um "lápiz artesanal" especialmente criado para esta visita, contendo aromas no seu interior. Alguns lápis exalavam o cheiro de açafão, outros de chocolate, e ainda outros de noz-moscada. Estes aromas foram selecionados por serem associados ao Oriente.</p> <p>Em seguida, o grupo observou uma pintura, "A Ilha do Amor", de Jean-Honoré Fragonard. As crianças passaram algum tempo a refletir sobre a obra, identificando vários elementos representados nela, como as árvores. Depois, sentaram-se e realizaram um "exercício". A cada</p>

	<p>criança foi atribuída uma textura, que poderia ser a de um tronco de árvore ou de pedras. Foi-lhes também entregue uma folha de papel vegetal e uma folha de papel branco comum, onde, através da técnica de <i>frottage</i>, as crianças criaram os seus desenhos.</p> <p>Por fim, as crianças tiveram a oportunidade de observar a pintura "Natureza-Morta", de Claude Monet. Nesta obra, encontram-se representados pêssegos, uvas, uma abóbora, um prato pintado à mão, e outros dois pratos onde estão dispostos os pêssegos. Todos esses elementos estão posicionados sobre uma mesa coberta por um pano branco. Para a atividade proposta, foram disponibilizadas formas em papel, que as crianças deveriam associar aos elementos presentes na pintura.</p> <p>A visão destacou-se como um dos sentidos mais presentes ao longo de toda a visita. As crianças, para além de observarem as obras de arte selecionadas no âmbito da visita, também tiveram a oportunidade de contemplar as restantes obras expostas no museu enquanto se deslocavam entre as diferentes atividades. Os estímulos sensoriais, como o olfato e o tato, foram integrados de maneira natural.</p>
--	--

3. Papel do guia

Utilização dos estímulos	<p>Na primeira parte da visita, ao observarem a caneca cilíndrica, o guia incentivou as crianças a refletirem sobre os cheiros e sabores que a peça lhes evocava. Em seguida, durante a atividade com os "lápiz aromáticos", o guia orientou-as a cheirar primeiro os lápis e a descrever os aromas que identificavam.</p> <p>Na segunda parte da visita, durante a atividade de desenho com as texturas dos troncos das árvores e das pedras, as crianças foram desafiadas a explorar e sentir as diferentes texturas.</p>
Interação	<p>O guia utilizou uma abordagem interativa, fazendo diversas perguntas que estimularam o diálogo. Este ambiente encorajador fez com que as crianças se</p>

	sentissem automaticamente à vontade para partilhar as suas próprias ideias e experiências.
--	--

4. Envolvimento dos participantes

Reações imediatas	O grupo exibiu sinais claros de entusiasmo, curiosidade e surpresa. Embora não se trate de uma reação necessariamente negativa, uma das crianças comentou que um dos cheiros lhe fazia lembrar o da cebola e que isso a fazia chorar.
Interação sensorial	As crianças exploraram os sentidos quando incentivadas. No caso dos aromas, mostraram-se especialmente curiosas, passando algum tempo a cheirá-los.
Perguntas ou comentários	As crianças estabeleceram conexões com os elementos apresentados. Relativamente aos aromas, para além da criança que mencionou que um dos odores lhe parecia cebola, outros afirmaram que os lembravam chá. Uma das educadoras referiu ainda que o cheiro evocava a comida indiana, ao que alguns alunos responderam que nunca haviam provado pratos dessa gastronomia.

5. Espaço e ambiente

Configuração do espaço	<p>Embora as salas sejam abertas, isto é, não possuem muitas divisórias, a presença de diversas obras expostas junto às paredes e também no centro da sala pode dificultar a mobilidade. Esta dificuldade não se restringe apenas às pessoas que utilizam cadeiras de rodas ou andarilhos, por exemplo, mas também pode ser um desafio quando há grande afluência de visitantes ou grupos organizados no museu.</p> <p>No que diz respeito à disposição dos objetos, como nas vitrinas, considero que estes estão colocados a uma altura adequada. No caso das crianças do grupo que participou nesta visita guiada, as vitrinas estavam à sua altura de visão, permitindo-lhes observar claramente os objetos expostos. As pinturas, embora estivessem ligeiramente acima da altura das crianças, estavam posicionadas de forma a permitir que estas conseguissem observá-las sem dificuldade. Da mesma forma, as legendas estavam acessíveis, possibilitando que as crianças as lessem sem dificuldade.</p>
Condições ambientais	<p>A exposição permanente apresenta algumas áreas com um ambiente ligeiramente mais escuro, embora sejam usados focos de luz direcionados para as obras e peças de arte, além de outras fontes de iluminação que ajudam a clarear um pouco mais o espaço.</p> <p>A visita guiada com as crianças teve início no hall de entrada do museu. Embora não houvesse muitas pessoas a conversar, talvez devido ao tamanho da sala, o ambiente acabava por criar algum eco, o que podia dificultar a audição do guia. No interior do museu, a voz do guia era perfeitamente audível. A dificuldade em ouvir ocorria, eventualmente, quando algumas crianças se distraíam e começavam a falar, o que poderia impedir as restantes de ouvir claramente o guia.</p> <p>A temperatura dentro do museu estava agradável.</p>
Disposição dos objetos	<p>Na exposição permanente não há objetos que possam ser tocados, nem estações interativas ou dispositivos tecnológicos. No entanto, existe uma lógica clara na organização das peças, que estão organizadas por vários núcleos. Essa organização segue uma perspectiva contextual-histórica, e não sensorial, dado que a exposição permanente tem</p>

	apenas a componente visual, sem explorar outros sentidos.
--	---

Apêndice 18 - Análise do relatório de observação à "Veneza em festa: visita tátil"

A visita tátil à exposição "Veneza em Festa: De Canaletto a Guardi", realizada pelo Museu Calouste Gulbenkian e acompanhada pela investigadora, decorreu durante 1h00. Nesta visita, participaram dois indivíduos: uma pessoa com deficiência visual e o respetivo acompanhante, uma pessoa normovisual.

Esta mostra proporciona uma experiência multissensorial, ao integrar estímulos visuais, auditivos e táteis. Assim, todos os visitantes que participassem na visita guiada tátil teriam acesso a estes diferentes estímulos, beneficiando também do acompanhamento de um guia. Relativamente ao estímulo visual, as pessoas normovisuais podiam observar as obras em exposição, bem como as respetivas descrições, que incluíam, para além do título, autor, data, local de origem e técnica artística utilizada, dois textos informativos apresentados em dois idiomas - Português e Inglês. No que concerne ao estímulo auditivo, era reproduzido em *loop* um áudio composto pelo som das ondas do mar, pelo canto das gaivotas e pelo toque do sino do campanário, transportando os visitantes para a atmosfera veneziana. Estes elementos sonoros permaneciam audíveis ao longo de toda a visita, desde a entrada até à saída, sem, no entanto, interferirem na escuta dos comentários do guia nem dificultarem a comunicação entre os visitantes com deficiência e os respetivos acompanhantes. Por fim, relativamente ao estímulo tátil, a exposição dispunha de sete estações exploráveis por via tátil, disponíveis tanto para visitantes com deficiência visual como para visitantes normovisuais. Importa assinalar, contudo, que, conforme referido no relatório de observação, não existia qualquer sinalização dirigida aos visitantes normovisuais que informasse sobre a possibilidade de interação tátil, nomeadamente através de uma indicação de "toque permitido". Algumas estações incluíam um breve texto em braille e dispunham de um código QR que, uma vez lido, redirecionava o visitante para uma página na internet. Esta página disponibilizava um ficheiro áudio com uma análise audiodescrita dos elementos presentes ou representados em cada estação. Esta audiodescrição era ainda enriquecida com sonoplastia, através da inclusão de sons de fundo que, consoante o contexto, podiam ser sons de instrumentos musicais ou o som das ondas do mar.

Embora o intuito principal desta análise não seja a avaliação do desempenho do guia, importa salientar que a visita se revelou bastante interativa, em grande parte devido à forma como esta foi conduzida. Ao longo da visita, o guia foi colocando diversas perguntas, às quais os participantes responderam sempre. Importa destacar, como exemplo, uma das primeiras perguntas que o guia fez ao iniciar a visita: "Já visitaram a cidade de Veneza?". Um dos participantes respondeu afirmativamente, sendo esse

momento o ponto de partida para uma conversa fluida entre o mesmo e o guia. O facto de já ter visitado Veneza potenciou a sua ligação às obras e elementos expostos, permitindo-lhe estabelecer analogias mais imediatas com o conteúdo da exposição.

Em todos os momentos, o guia incentivou o participante com deficiência a interagir com as estações táteis. Para tal, em determinados momentos, orientou-o mediante instruções claras. Em simultâneo, segurava-lhe delicadamente a mão, conduzindo-o até aos pontos específicos que pretendia explorar.

Conforme evidenciado no relatório - nomeadamente no parâmetro quatro -, os participantes manifestaram agrado pela visita. Contudo, relativamente à sonoplastia, importa referir que ao longo da visita o participante com deficiência julgou que os sons provinham do exterior do museu. Só no final da visita, quando o guia aludiu aos elementos sonoros e explicou o seu propósito, é que compreendeu que se tratava de sons pré-gravados, inseridos propositadamente para recriar a paisagem sonora da cidade de Veneza.

No que concerne ao quinto parâmetro - e, em particular, ao sub-parâmetro "Configuração do espaço" -, verifica-se que a área apresentava acessibilidade física adequada. A circulação era ampla, permitindo fácil mobilidade, inclusivamente a pessoas com mobilidade reduzida. Embora não existissem bancos fixos junto às obras que permitissem aos visitantes sentar-se para as contemplar, estavam disponíveis, junto à entrada, bancos dobráveis que podiam ser utilizados para esse fim.

Relativamente ao sub-parâmetro "Condições ambientais", observa-se que, junto à porta de entrada, a luminosidade era reduzida, uma vez que não existia luz natural e a iluminação disponível era exclusivamente artificial. Contudo, essa situação foi-se atenuando progressivamente à medida que se avançava em direção ao centro da exposição, onde a intensidade luminosa aumentava gradualmente, verificando-se a presença simultânea de luz natural e artificial.

Refira-se ainda que, no âmbito desta exposição temporária, o Museu Calouste Gulbenkian desenvolveu um chatbot designado "VenezaIA", programado para responder a perguntas e/ou esclarecer dúvidas dos visitantes relativamente às obras e peças de arte expostas. À entrada da exposição, foi instalado um dispositivo tecnológico não tátil que apresenta um vídeo simulando uma conversa no WhatsApp entre o visitante e o museu. No entanto, este dispositivo não é acessível a pessoas cegas, dado que não possui som. Ainda assim, é acessível a pessoas surdas e aos restantes visitantes que, em contexto de visita autónoma, podem utilizar e obter respostas às suas questões.

Apêndice 19 - Análise do relatório de observação ao "Museu portátil: sabores, cores e riscadores"

A visita "Museu portátil: sabores, cores e riscadores", acompanhada pela investigadora, durou 1h30. Participou um grupo constituído por 11 elementos, pertencentes a uma turma do 1.º ciclo, composta por alunos com e sem necessidades educativas específicas.

Nesta atividade pedagógica estiveram presentes estímulos visuais, táteis e olfativos. Num primeiro momento, o grupo teve oportunidade de observar um objeto - uma caneca cilíndrica de cor salmão, decorada com motivos florais, pertencente ao núcleo do Oriente Islâmico. Seguidamente, as crianças passaram alguns minutos a refletir sobre o artefacto. Até este ponto da atividade, foi sobretudo o sentido da visão que se encontrava estimulado. Após este momento de reflexão, o grupo sentou-se no chão para desenhar, utilizando um "lápiz artesanal", que continha no seu interior diferentes aromas. Alguns lápis exalavam cheiro a açafrão, outros a chocolate e outros ainda a noz-moscada - aromas escolhidos por estarem associados ao imaginário do Oriente. Neste momento da atividade, foi introduzido o estímulo olfativo.

Num segundo momento, o grupo observou a pintura "A Ilha do Amor", da autoria de Jean-Honoré Fragonard. Com o apoio do guia, as crianças dedicaram algum tempo à análise da obra, identificando vários elementos nela representados, como, por exemplo, as árvores. Em seguida, sentaram-se e realizaram uma atividade prática. A cada criança foi atribuída uma textura específica - por exemplo, a de um tronco de árvore ou de pedras. Para a realização do exercício, receberam uma folha de papel vegetal e uma folha de papel branco comum, com as quais, através da técnica de *frottage*, criaram os seus desenhos. Neste momento, foi introduzido o estímulo tátil.

Num terceiro momento, o grupo crianças teve a oportunidade de observar a pintura "Natureza-Morta", de Claude Monet. Nesta obra encontram-se representados diversos elementos, como pêssegos, uvas, uma abóbora, um prato pintado à mão e outros dois pratos onde os pêssegos estão dispostos. Todos esses elementos estão posicionados sobre uma mesa coberta por um pano branco. Para a atividade proposta, foram disponibilizados papéis de várias cores e com diferentes formatos, entre os quais cada criança escolheu um. Posteriormente, teve de associar o papel selecionado aos elementos representados na pintura, com base na semelhança dos respetivos contornos. Neste momento da atividade, o estímulo visual foi o mais predominante.

Tal como referido anteriormente, aquando da análise da visita tátil, o intuito não é avaliar o desempenho do guia. No entanto, importa sublinhar que a forma como este

preparou e conduziu a visita contribuiu de maneira decisiva para a forma positiva como a atividade foi recebida pelo grupo. O guia utilizou uma abordagem interativa, formulando diversas perguntas que estimularam o diálogo. Este ambiente encorajador fez com que o grupo se sentisse, desde o início, à vontade para partilhar livremente as suas ideias.

Importa referir que, na primeira parte da visita, aquando da observação da caneca cilíndrica, o guia incentivou as crianças a refletirem sobre os cheiros e sabores que a peça lhes evocava. Em seguida, durante a atividade com os "lápiz aromáticos", orientou-as a cheirar os lápis antes de os utilizarem, desafiando-as a descrever os aromas que iam sendo libertados. Já na segunda parte da visita, durante a atividade de desenho com as texturas dos troncos de árvores e das pedras, o grupo foi desafiado a explorar e a reconhecer, através do tato, as diferentes superfícies.

Todos os participantes manifestaram entusiasmo, curiosidade e surpresa face a estes estímulos sensoriais. Os aromas, em particular, despertaram bastante interesse. Os participantes mostraram-se especialmente curiosos, dedicando algum tempo a explorá-los. Importa salientar que os participantes não se limitaram a realizar as atividades de forma mecânica. Pelo contrário, conseguiram relacionar o que estavam a fazer com vivências suas do dia-a-dia. No caso dos aromas, essa conexão foi particularmente evidente: uma das crianças mencionou que um dos cheiros lhe fazia lembrar cebola, enquanto outras associaram-nos a chá. Uma das educadoras comentou que um dos aromas lhe fazia recordar comida indiana, o que deu origem a um breve momento de partilha, durante o qual alguns alunos revelaram nunca ter provado pratos dessa gastronomia.

No que se refere à acessibilidade física do museu, importa referir que os artefactos expostos nas vitrinas se encontravam dispostos a uma altura adequada, facilitando a sua observação por parte de todos os visitantes, incluindo o público infantil. Nesta visita guiada verificou-se isso mesmo. Isto foi evidente durante a visita guiada realizada, na qual se constatou que os elementos do grupo conseguiram visualizar, sem dificuldades, os artefactos expostos. Embora as pinturas se encontrassem ligeiramente acima do campo de visão das crianças, estavam posicionadas de forma a permitir que estas conseguissem observá-las sem constrangimentos. De igual modo, as legendas apresentavam-se acessíveis, possibilitando a sua leitura por parte do público infantil sem quaisquer dificuldades.

É de referir que a visita guiada com o grupo teve início no hall de entrada do museu. Naquele momento, devido à fraca afluência de visitantes e conseqüentemente, à

inexistência de ruído, presenciou-se um ambiente com eco. Esta condição terá, por vezes, dificultado o entendimento das intervenções do guia. Já no interior do museu, a projeção da voz do guia revelou-se adequada, sendo plenamente audível. As dificuldades de audição registavam-se, pontualmente, quando algumas crianças se distraíam e iniciavam conversas paralelas, o que poderia comprometer a escuta atenta por parte dos restantes elementos do grupo.

Para concluir, importa salientar que, na exposição permanente - atualmente encerrada temporariamente para obras - não existiam objetos passíveis de ser tocados, nem estações interativas ou dispositivos tecnológicos. A exposição permanente privilegiava exclusivamente a componente visual, sem recurso á estimulação de outros sentidos, como a audição - embora o museu disponibilizasse um audioguia, não existia sonoplastia - o olfato ou o paladar. Cumpre, no entanto, referir que, embora a exposição, em si, não tenha este tipo de recursos, as atividades educativas promovidas pelo museu - concebidas com base na coleção exposta e realizadas no próprio espaço expositivo - recorrem, essas sim, a estratégias interativas e multissensoriais.

Apêndice 20 – Fotografias da observação à "Veneza em festa: visita tátil"



Imagem 1 - Exposição temporária "Veneza em Festa" no Museu Calouste Gulbenkian.



Imagem 2 - Exposição temporária "Veneza em Festa" no Museu Calouste Gulbenkian.



Imagem 3 - Exposição temporária "Veneza em Festa" no Museu Calouste Gulbenkian.

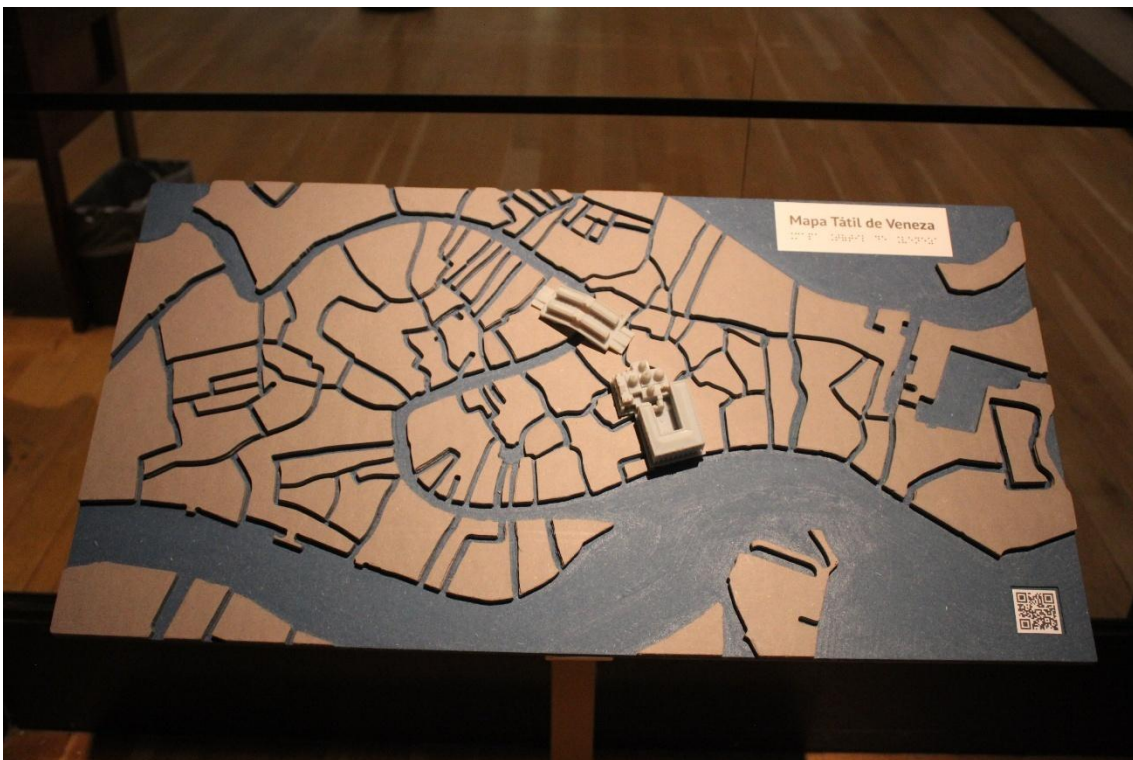


Imagem 4 - Estação tátil na exposição temporária "Veneza em Festa" no Museu Calouste Gulbenkian.



Imagem 5 - Estação tátil na exposição temporária "Veneza em Festa" no Museu Calouste Gulbenkian.



Imagem 6 - Estação tátil na exposição temporária "Veneza em Festa" no Museu Calouste Gulbenkian.



Imagem 7 - Estação tátil na exposição temporária "Veneza em Festa" no Museu Calouste Gulbenkian.



Imagem 8 - Estação tátil na exposição temporária "Veneza em Festa" no Museu Calouste Gulbenkian.



Imagem 9 - Estação tátil na exposição temporária "Veneza em Festa" no Museu Calouste Gulbenkian.

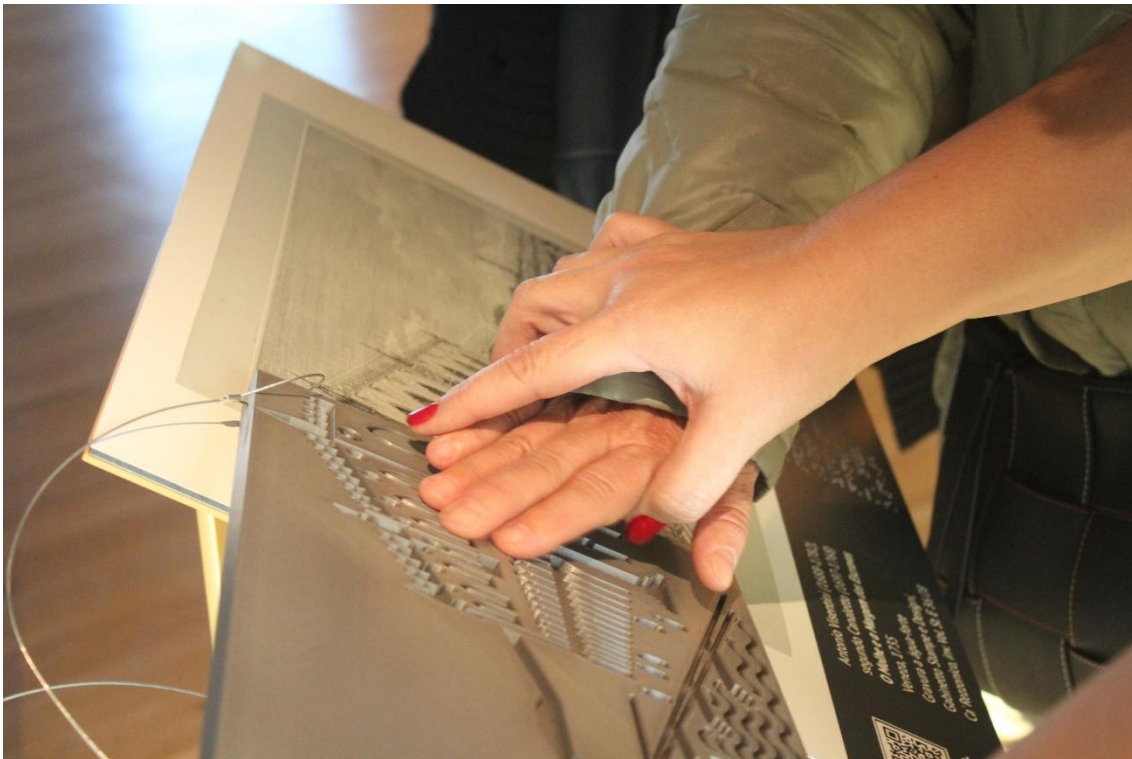


Imagem 10 - Estação tátil na exposição temporária "Veneza em Festa" no Museu Calouste Gulbenkian.



Imagem 11 - Estação tátil na exposição temporária "Veneza em Festa" no Museu Calouste Gulbenkian.

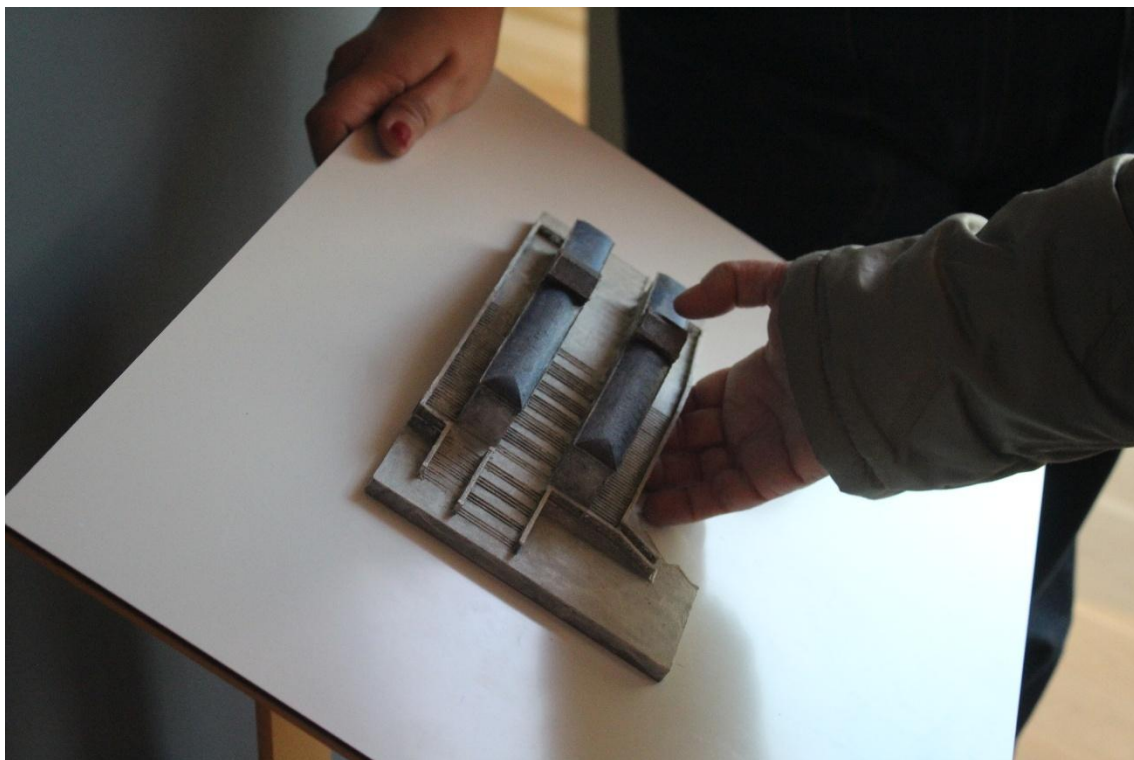


Imagem 12 - Estação tátil na exposição temporária "Veneza em Festa" no Museu Calouste Gulbenkian.

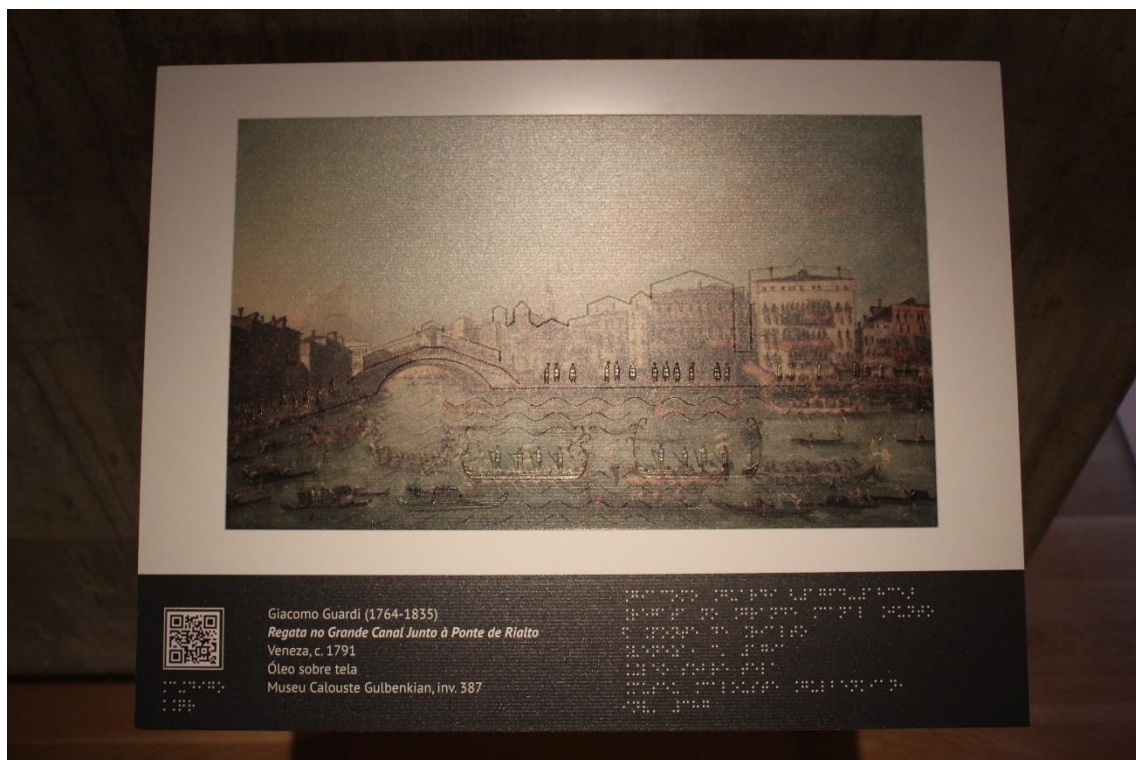


Imagem 13 - Estação tátil na exposição temporária "Veneza em Festa" no Museu Calouste Gulbenkian.

Apêndice 21 – Fotografias das observações ao "Museu portátil: sabores, cores e riscadores"



Imagem 14 - Visita guiada "Museu portátil: sabores, cores e riscadores".



Imagem 15 - "Lápis artesanal" especialmente criado para a visita "Museu portátil", contendo aromas no seu interior.



Imagem 16 - "Lápis artesanal" especialmente criado para a visita "Museu portátil", contendo aromas no seu interior.



Imagem 17 - "Lápis artesanal" especialmente criado para a visita "Museu portátil", contendo aromas no seu interior.

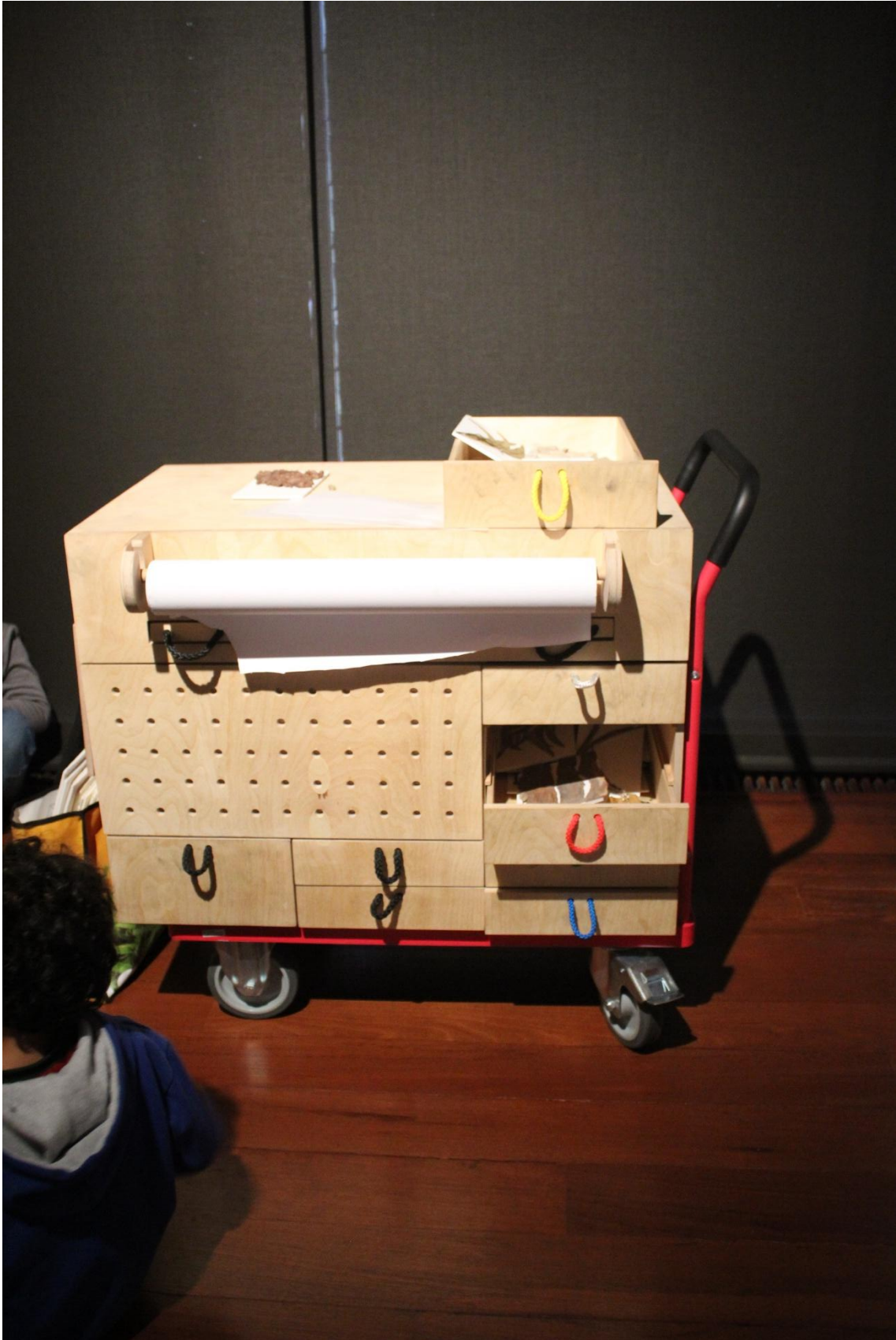


Imagem 18 - Carrinho com os materiais para a visita "Museu portátil"



Imagem 19 - Base rígida, semelhante a uma prancheta, contendo uma casca do tronco de árvore.

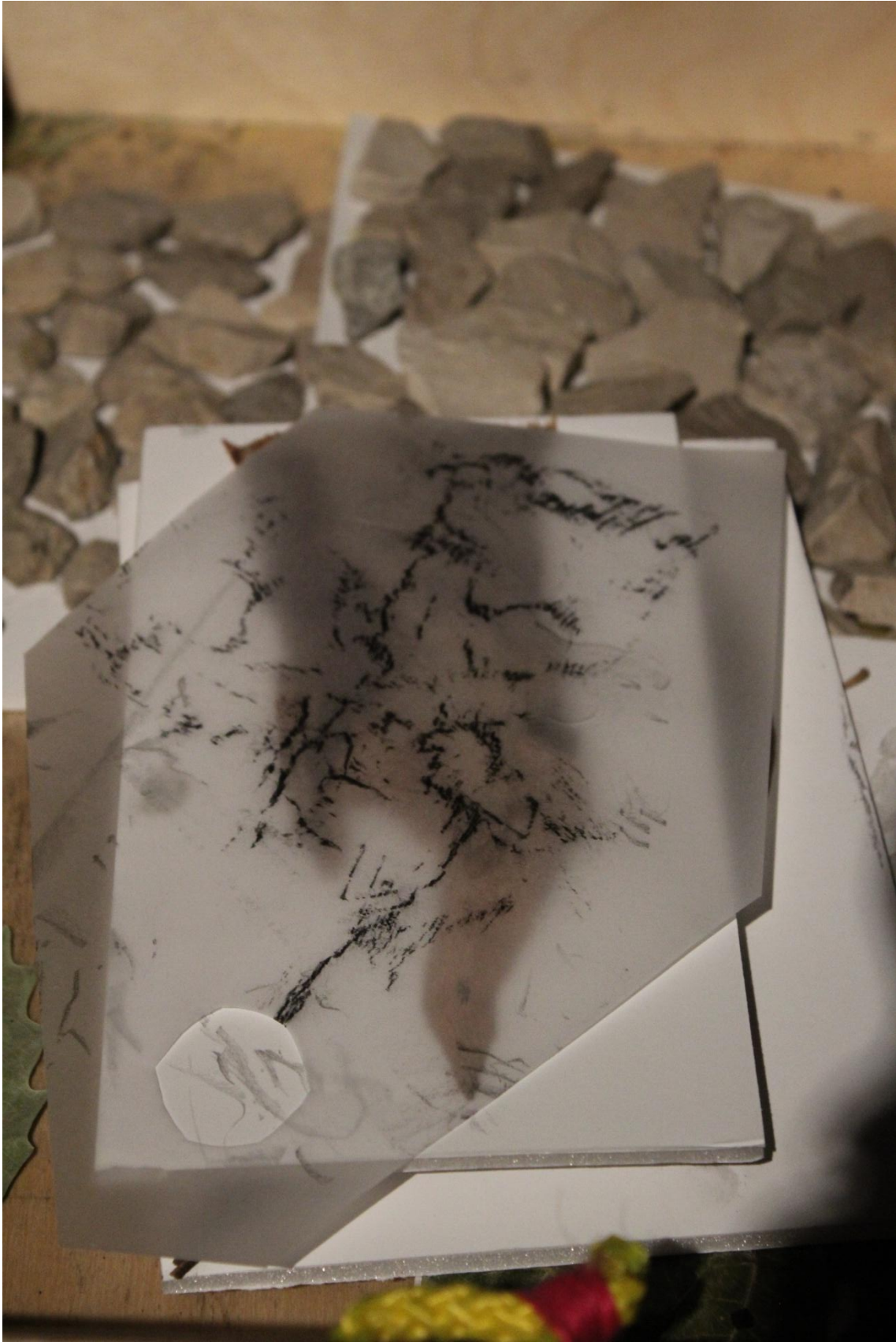


Imagem 20 – Desenho da casca do tronco da árvore em grafite.



Imagem 21 - Visita guiada "Museu portátil: sabores, cores e riscadores".

Apêndice 22 – Press clipping ao Museu Bordalo Pinheiro

Dia	Dia da semana	OCS	Alcance		Jornalista
			Jornal nacional	Jornal regional	
31/10/2024	Quinta-feira	Jornal das Caldas		×	Marlene Sousa
16/12/2024	Segunda-feira	Notícias ao Minuto	×		LUSA
16/12/2024	Segunda-feira	TIME OUT Lisboa		×	Redação
27/12/2024	Sexta-feira	SIC Notícias	×		Mariana Xavier

Assunto	Título
Inauguração de exposição	Inauguração de exposição transforma Escola Secundária Rafael Bordalo Pinheiro num Museu vivo
Inauguração de exposição	Exposição recorda desenho humorístico de imprensa no pós-25 de Abril de 1974
Inauguração de exposição	O Humor Unido Jamais Será Vencido
Exposição	"O humor unido jamais será vencido": mais de 100 cartoons sobre o pós-25 de abril em exposição

Imagem ou vídeo		Referência ao nome da instituição			Tom da notícia		
Sim	Não	No título	No lead	No corpo	Negativo (1-2)	Neutro (3)	Positivo (4-5)
x				x			x
x			x	x		x	
x				x		x	
x			x	x		x	

Favorabilidade (1-5)	Descrição
4	A referência ao Museu Bordalo Pinheiro - "Agradecendo a colaboração de várias entidades e pessoas, Jorge Pina destacou o apoio da Câmara Municipal, que colaborou na recuperação estrutural do espaço e incentivou a criação da mostra, especialmente no contexto da 51ª edição do Congresso da Academia Internacional de Cerâmica, realizado recentemente nas Caldas da Rainha. "A Câmara Municipal, representada pela vereadora Conceição Henriques, e instituições como o Museu Bordalo Pinheiro, a Escola Superior de Artes e Design de Caldas da Rainha e a Escola de Hotelaria e Turismo do Oeste também contribuíram significativamente para a concretização deste projeto, ao lado de professores, assistentes e alunos da ESRBP, que se empenharam na montagem e organização do acervo", referiu o diretor."
3	As referências ao Museu Bordalo Pinheiro - "Mais de uma centena de cartoons e caricaturas, feitos no período da revolução de 25 de Abril de 1974, integram a exposição 'O humor unido jamais será vencido', que é inaugurada na terça-feira no Museu Bordalo Pinheiro, em Lisboa."; "O primeiro núcleo da exposição permite dar destaque aos protagonistas portugueses da revolução e, lembra o Museu Bordalo Pinheiro, ninguém foi poupado nos desenhos."
3	As referências ao Museu Bordalo Pinheiro - "O Humor Unido Jamais Será Vencido, no Museu Bordalo Pinheiro"; "Terça-feira, 17 Dez, há nova exposição no Museu Bordalo Pinheiro. António, Cid, João Abel Manta, José Vilhena, Sam, Vasco – eis alguns dos autores que vai poder ver nesta O Humor Unido Jamais Será Vencido – Os cartoons da Revolução (1974-1976).[...]" ; "Museu Bordalo Pinheiro. Campo Grande, 382. 18 Dez até 9 Mar. Ter-Dom 10.00-18.00. 3€ (grátis Dom e feriados até às 14.00). Inauguração: 17 Dez (Ter), entrada livre".
3	As referências ao Museu Bordalo Pinheiro - "Cerca de 130 cartoons criados por seis artistas, entre 1974 e 1976, juntam crítica, humor e sátira no período pós-Revolução. A exposição "O humor unido jamais será vencido: os cartoons da Revolução" faz parte das comemorações dos 50 anos do 25 de abril e pode ser vista no Museu Bordalo Pinheiro, em Lisboa, até 9 de março."; "A exposição faz parte das comemorações dos 50 anos do 25 de abril e pode ser vista no Museu Bordalo Pinheiro, em Lisboa, até 9 de março."

Link
https://jornaldascaldas.pt/2024/10/31/inauguracao-de-exposicao-transforma-escola-secundaria-rafael-bordalo-pinheiro-num-museu-vivo/
https://www.noticiasaminuto.com/cultura/2690797/exposicao-recorda-desenho-humoristico-de-imprensa-no-pos-25-de-abril-de-1974
https://www.timeout.pt/lisboa/pt/coisas-para-fazer/o-humor-unido-jamais-sera-vencido
https://sicnoticias.pt/programas/todas-as-artes/2024-12-27-video-o-humor-unido-jamais-sera-vencido-mais-de-100-cartoons-sobre-o-pos-25-de-abril-em-exposicao-f10fc79c

Tabela 23 - Press clipping ao Museu Bordalo Pinheiro.

Apêndice 23 – Press clipping ao Museu Calouste Gulbenkian

Dia	Dia da semana	OCS	Alcance		Jornalista
			Jornal nacional	Jornal regional	
11/09/2024	Quarta-feira	TIME OUT Lisboa		x	Mauro Gonçalves
11/09/2024	Quarta-feira	Público	x		Isabel Salema e Lucinda Canelas
11/09/2024	Quarta-feira	Lisboa Secreta		x	Valter Leandro
11/09/2024	Quarta-feira	Lisboa Secreta		x	Valter Leandro
12/09/2024	Quarta-feira	Diário de Notícias	x		Maria João Martins
13/09/2024	Sexta-feira	Revista Máxima	x		Patrícia Barnabé

Dia	Dia da semana	OCS	Alcance		Jornalista
			Jornal nacional	Jornal regional	
14/09/2024	Sábado	CNN	x		Maria João Caetano
19/09/2024	Quinta-feira	Sol	x		José Cabrita Saraiva
20/09/2024	Sexta-feira	Mensagem de Lisboa		x	Catarina Moura
23/09/2024	Segunda-feira	Lisboa Secreta		x	Valter Leandro
14/10/2024	Segunda-feira	MAGG	x		Maria João Sousa

Dia	Dia da semana	OCS	Alcance		Jornalista
			Jornal nacional	Jornal regional	
21/10/2024	Segunda-feira	Observador	x		LUSA
25/10/2024	Sexta-feira	TIME OUT Lisboa		x	Mauro Gonçalves
25/10/2024	Sexta-feira	Agenda Cultural Lisboa		x	Frederico Bernardino
27/10/2024	Domingo	Público	x		Lucinda Canelas
28/10/2024	Segunda-feira	TIME OUT Lisboa		x	Redação
08/11/2024	Sexta-feira	SIC Noticias	x		André Pacheco

Dia	Dia da semana	OCS	Alcance		Jornalista
			Jornal nacional	Jornal regional	
12/11/2024	Terça-feira	CH Magazine	x		Tânia Fernandes
29/11/2024	Sexta-feira	RTP	x		Redação
29/11/2024	Sexta-feira	Noticias ao Minuto	x		LUSA
29/11/2024	Sexta-feira	SIC Noticias	x		LUSA
29/11/2024	Sexta-feira	Diário de Notícias	x		LUSA
30/11/2024	Sábado	Público	x		Isabel Salema
13/12/2024	Sexta-feira	Diário de Notícias	x		Helena Tecedeiro

Assunto	Título
Reabertura do Centro de Arte Moderna Gulbenkian	Arte, arquitectura e natureza. A nova vida do CAM começa agora
Reabertura do Centro de Arte Moderna Gulbenkian	Há "festa" na Gulbenkian com a reabertura do CAM, mas onde está o museu?
Reabertura do Centro de Arte Moderna Gulbenkian	CAM to reopen on September 21: all the news about the renovated art space
Reabertura do Centro de Arte Moderna Gulbenkian	CAM reabriu no dia 21 de setembro: todas as novidades do renovado espaço artístico
Reabertura do Centro de Arte Moderna Gulbenkian	Gulbenkian. Mais luz e mais jardim no novo Centro de Arte Moderna
Reabertura do Centro de Arte Moderna Gulbenkian	Fomos conhecer o novo Centro de Arte Moderna da Gulbenkian

Assunto	Título
Reabertura do Centro de Arte Moderna Gulbenkian	Mais jardim, mais janelas, mais espaço para exposições e uma pala para todos os encontros: o novo CAM abre-se à cidade de Lisboa
Reabertura do Centro de Arte Moderna Gulbenkian	O CAM deixou de ser um intruso na paisagem
Reabertura do Centro de Arte Moderna Gulbenkian e do Jardim Gulbenkian	Um castelinho para cavalos, zoo, velódromo e feira popular... as 12 vidas da Gulbenkian
Exposições permanentes em Lisboa	Exposições permanentes em Lisboa que tens mesmo de visitar
Novo hotel de Lisboa junto ao Museu	Evolution Valbom. Este novo hotel de Lisboa tem um rooftop com espelho de água e vista sobre a cidade

Assunto	Título
Exposição "Veneza em Festa"	"Veneza em Festa" vai reunir mais de 50 obras de mestres do século XVIII na Gulbenkian
Exposição "Veneza em Festa"	Canaletto ou Guardi? Gulbenkian abre portas aos mestres da pintura veneziana
Exposição "Veneza em Festa"	Veneza, a cidade cenográfica
Exposição "Veneza em Festa"	No século XVIII é a pintura que vende Veneza aos turistas
Exposição de Fernando Lemos	O Calígrafo Ocidental. Fernando Lemos e o Japão
Exposição "Veneza em Festa"	Uma pequena Veneza na Gulbenkian

Assunto	Título
Exposição "Veneza em Festa"	Gulbenkian Apresenta Os Mestres Venezianos Do Século XVIII Na Mostra Veneza Em Festa: De Canaletto A Guardi
Nomeação para Presidente da Fundação do CCB	Governo nomeia Nuno Vasallo e Silva como presidente da Fundação CCB
Nomeação para Presidente da Fundação do CCB	Nuno Vassallo e Silva nomeado presidente da Fundação CCB
Nomeação para Presidente da Fundação do CCB	Nuno Vasallo e Silva é o novo presidente da Fundação CCB
Nomeação para Presidente da Fundação do CCB	Nuno Vassallo e Silva é o novo presidente do Conselho de Administração da Fundação CCB
Nomeação para Presidente da Fundação do CCB	Nuno Vassallo e Silva entra em Janeiro num CCB em que se instalou a contestação
Conferência alusiva à exposição "Veneza em Festa"	De Canaletto a Guardi, o século de Veneza em conferência na Gulbenkian

Imagem ou vídeo		Referência ao nome da instituição			Tom da notícia		
Sim	Não	No título	No lead	No corpo	Negativo (1-2)	Neutro (3)	Positivo (4-5)
x				x		x	
x				x		x	
x				x		x	
x				x		x	
x				x		x	
x				x		x	

Imagem ou vídeo		Referência ao nome da instituição			Tom da notícia		
Sim	Não	No título	No lead	No corpo	Negativo (1-2)	Neutro (3)	Positivo (4-5)
x				x		x	
x				x		x	
x				x		x	
x				x		x	
x			x			x	

Imagem ou vídeo		Referência ao nome da instituição			Tom da notícia		
Sim	Não	No título	No lead	No corpo	Negativo (1-2)	Neutro (3)	Positivo (4-5)
x		x	x	x		x	x
x		x	x	x			x
x			x	x			x
x			x	x			x
x				x		x	
x		x	x	x		x	

Imagem ou vídeo		Referência ao nome da instituição			Tom da notícia		
Sim	Não	No título	No lead	No corpo	Negativo (1-2)	Neutro (3)	Positivo (4-5)
x		x	x	x		x	
x				x		x	
x				x		x	
x				x		x	
x				x		x	
x				x		x	
x		x		x		x	

Favorabilidade (1-5)	Descrição
3	A referência ao Museu Calouste Gulbenkian - "Ao lado, encontramos a exposição "O Calígrafo Ocidental. Fernando Lemos e o Japão", que tem como base a viagem de seis meses do artista ao Japão, em 1963, para aprender caligrafia japonesa com uma bolsa da Gulbenkian. A fotografia e o desenho estão na base da exposição, complementados por um conjunto de estampagens japonesas da coleção do Museu Calouste Gulbenkian e por um painel de azulejo da Rattou. Pode ser visitada até 20 de Janeiro de 2025."
3	A referência à coleção do Museu Calouste Gulbenkian - "O <i>Calígrafo Ocidental</i> ocupa o Espaço <i>Engawa</i> , no antigo piso -1, que tem agora luz natural, vinda do jardim desenhado pelo arquitecto paisagista libanês Vladimir Djurovic. Nele se expõem fotografia e desenho de Lemos, a par de estampas antigas da coleção de Calouste Gulbenkian e até de um desenho de Amadeo."
3	A referência ao Museu Calouste Gulbenkian - "Tickets: [...] Collections Booklet: CAM Collection and Gulbenkian Museum Collection: €14 All-inclusive ticket: Gulbenkian Museum, CAM and Temporary Exhibitions: 16€ [...]".
3	A referência ao Museu Calouste Gulbenkian - "Bilhetes: [...] Bilhete Coleções: Coleção do CAM e Coleção Museu Gulbenkian: 14€ Bilhete All-inclusive: Museu Gulbenkian, CAM e Exposições Temporárias: 16€ [...]".
3	A referência ao Museu Calouste Gulbenkian - "O edifício original do CAM inaugurou a 20 de julho de 1983, tendo como principal objetivo reunir e dar a ver a coleção de arte contemporânea que a Fundação Gulbenkian vinha a reunir desde o final da década de 1950. Com a sua abertura, José de Azeredo Perdigão, primeiro presidente da instituição, realizava o velho sonho de complementar a oferta proporcionada pelo Museu Gulbenkian, cujo acervo termina nas primeiras décadas do século XX."
3	A referência ao Museu Calouste Gulbenkian - "O artista Fernando Lemos está no espaço Engawa, um andar abaixo, com O Calígrafo Ocidental, uma exposição bellissima, para ver até 20 de janeiro. O artista pediu uma bolsa à Gulbenkian para ir ao Japão estudar caligrafia, "o encontro da escrita e do desenho", explica uma das curadoras, Leonor Nazaré, e aqui estão reunidas cerca de 200 obras, entre 50 fotografias inéditas, uma série feita no Japão, 70 desenhos, a maior parte desconhecidos em Portugal, e 32 estampas japonesas da coleção do Museu Gulbenkian."

Favorabilidade (1-5)	Descrição
3	A referência ao Museu Calouste Gulbenkian - "Cerca de 70 desenhos e 50 fotografias (a maior parte delas impressas pela primeira vez para esta exposição) de Fernando Lemos são apresentados a par de peças de outros artistas da coleção do CAM e de um conjunto de estampas japonesas da coleção do Museu Calouste Gulbenkian."
3	As referências ao Museu Calouste Gulbenkian - "No seu discurso, António Feijó recordou um pouco da história – ou pré-história – do CAM. «Quando Azeredo Perdigão, em 1979, no conselho de administração, propôs e votou uma deliberação para construir o Centro de Arte Moderna, que iria abrir em 1983, qual era o seu intuito? Por que entendeu Azeredo Perdigão que construir o CAM era importante? A razão era simples. O Museu Gulbenkian tem um acervo finito, é uma coleção finita, que não pode ser suplementada com aquisições adicionais, está restrita às cerca de seis mil peças que a constituem. E tinha um limite cronológico, não excedia a segunda metade do século XX. Azeredo Perdigão entendeu que, se a Fundação Calouste Gulbenkian queria ter uma intervenção na arte, teria que estar aberta à arte contemporânea. Como? De início pensou fazer aquisições de peças de artistas portugueses contemporâneos. Essas aquisições serviriam para exposições itinerantes pelo país e esse acervo podia ser, depois, dado a instituições portuguesas dispersas. Esta era a ideia inicial»; "É certo que o CAM se assume como um espaço com vocação para a experimentação e para assumir riscos, em contraponto ao Museu Gulbenkian. Mas é questionável a opção de manter 'clássicos' do século XX – sobretudo Almada e Amadeu –, que poderiam ser âncoras da coleção, no relativo anonimato de umas reservas visitáveis."
3	A referência ao Museu Calouste Gulbenkian - "A Fundação Calouste Gulbenkian podia ter instalado a sua sede, museu e jardim num terreno no Campo Grande, noutra junto à Fontes Pereira de Melo e ao Hotel Aviz (onde Calouste Gulbenkian viveu até à sua morte, em 1955), num espaço junto ao Parque Eduardo VII, nas Amoreiras ou no Parque de Santa Gertrudes."
3	A referência ao Museu Calouste Gulbenkian - "A cidade já tem planeadas algumas exposições para os próximos anos, muitas delas a acontecerem nos principais museus da cidade, como acontece no Museu Nacional de Arte Antiga ou no Museu Calouste Gulbenkian e no renovado CAM – Centro de Arte Moderna."
3	A referência ao Museu Calouste Gulbenkian - "Com uma localização privilegiada em Lisboa, junto ao Museu Calouste Gulbenkian e ao El Corte Inglés, o Evolution Valbom é a nova unidade hoteleira do grupo SANA e combina conforto e inovação, ideal para quem viaja em trabalho ou em lazer."

Favorabilidade (1-5)	Descrição
4	A notícia refere o chatbot "Venez.I.A." - "A mostra vai incluir um novo recurso de mediação digital com o público — o chatbot "Venez.I.A." — acessível pelos visitantes nos seus telemóveis, que responde a perguntas sobre as obras expostas.". Menciona, ainda, a programação paralela à exposição - "Em torno da exposição, será organizada uma programação paralela com concertos de música de câmara, visitas guiadas e oficinas para crianças, famílias e público adulto.". No entanto, a notícia não faz referência aos recursos multissensoriais presentes e à programação inclusiva alusiva à exposição.
4	Faz referência à sonoplastia - "(com direito a uma sonoplastia que inclui sinos e gaivotas)" - mas não refere a programação inclusiva alusiva à exposição.
5	Faz referência à sonoplastia - "[...] oferece ao visitante o verdadeiro "ambiente veneziano" através da reprodução dos sons da cidade, captados in loco, nomeadamente o dos sinos das torres e das igrejas da cidade e da água nos canais". A notícia menciona ainda a programação alusiva à exposição - "Ao longo dos próximos meses, destaca-se uma programação paralela que inclui visitas guiadas, oficinas e workshops, bem como dois concertos de música de câmara." - mas não refere se essa programação é inclusiva.
5	Faz referência aos recursos multissensoriais - «"Queremos que quem venha aqui 'viaje' por esta cidade que tem 400 pontes e 117 canais", diz a curadora, chamando a atenção para os sinos e as gaivotas que se ouvem aqui e ali (há 16 pontos de som e seis estações tácteis para invisuais) e para os objectos que, nas vitrines, se relacionam com as pinturas e gravuras expostas: o modelo de um búcéfalo, um pedaço de tecido ricamente bordado, três volumes com encadernações de luxo."». A notícia não faz referência à programação alusiva à exposição.
3	A referência ao Museu Calouste Gulbenkian - "Junto à nave principal do CAM, encontramos a exposição "O Calígrafo Ocidental. Fernando Lemos e o Japão", que tem como base a viagem de seis meses do artista ao Japão, em 1963, para aprender caligrafia japonesa com uma bolsa da Gulbenkian. A fotografia e o desenho estão na base da exposição, complementados por um conjunto de estampagens japonesas da colecção do Museu Calouste Gulbenkian e por um painel de azulejo da Ratton. Pode ser visitada até 20 de Janeiro de 2025".
3	Não faz referência aos recursos multissensoriais presentes na exposição e à programação inclusiva.

Favorabilidade (1-5)	Descrição
3	A notícia refere o chatbot "Venez.I.A." - "Um dos destaques desta exposição é o lançamento do Venez.I.A., um chatbot inovador que funciona como guia digital, oferecendo informações e respondendo a perguntas sobre as obras expostas. Este recurso estará acessível aos visitantes através dos seus smartphones, promovendo uma experiência interativa e enriquecedora." Menciona, ainda, a programação paralela à exposição - "A programação da exposição inclui ainda concertos de música de câmara, visitas guiadas, oficinas e workshops para todas as idades." Faz referência aos recursos multissensoriais - "Em termos de acessibilidade, o percurso expositivo contará com estações táteis e audiodescrição, disponível através de QR codes, para uma experiência inclusiva e acessível a todos." A notícia menciona ainda a programação alusiva à exposição - "A programação da exposição inclui ainda concertos de música de câmara, visitas guiadas, oficinas e workshops para todas as idades." - mas não especifica se estas atividades são inclusivas.
3	A referência ao Museu Calouste Gulbenkian - "Antes, exerceu funções de diretor-adjunto do Museu Calouste Gulbenkian, de diretor do Museu de S. Roque e de Diretor-Geral do Património Cultural. [...] O Ministério da Cultura destaca ainda o trabalho de Nuno Vassallo e Silva como curador, tendo comissariado ou cocomissariado "importantes exposições em instituições nacionais e internacionais, nomeadamente no Museu Calouste Gulbenkian [...]".
3	A referência ao Museu Calouste Gulbenkian - "Nuno Vassallo e Silva foi diretor-adjunto do Museu Calouste Gulbenkian e, entre outras funções anteriores, foi Diretor-Geral do Património Cultural. Desde 2021 dirige a delegação da Fundação Calouste Gulbenkian em França".
3	A referência ao Museu Calouste Gulbenkian - "Nuno Vassallo e Silva era diretor-adjunto do Museu Calouste Gulbenkian e, entre outras funções anteriores, foi Diretor-Geral do Património Cultural."
3	A referência ao Museu Calouste Gulbenkian - "É diretor da delegação em França da Fundação Calouste Gulbenkian desde 2021. Foi diretor-adjunto do Museu Calouste Gulbenkian, Diretor do Museu de S. Roque e de Diretor-Geral do Património Cultural."
3	A referência ao Museu Calouste Gulbenkian - "Com uma longa experiência de gestor cultural, Nuno Vassallo e Silva, doutorado em História da Arte pela Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra, foi diretor-adjunto do Museu Calouste Gulbenkian (1999-2013 e 2016-2021) e do Museu de São Roque, tendo igualmente exercido entre 2014 e 2015 as funções de diretor-geral do Património Cultural. [...]".
3	Não faz referência aos recursos multissensoriais presentes na exposição e à programação inclusiva.

Link
https://www.timeout.pt/lisboa/pt/noticias/arte-arquitectura-e-natureza-a-nova-vida-do-cam-comeca-agora-091124
https://www.publico.pt/2024/09/11/culturaipilon/noticia/ha-festa-gulbenkian-reabertura-cam-onde-museu-2103827
https://lisboasecreta.co/en/cam-gulbenkian-modern-art-center-en/
https://lisboasecreta.co/cam-centro-de-arte-moderna-gulbenkian/
https://www.dn.pt/cultura/gulbenkian-mais-luz-e-mais-jardim-no-novo-centro-de-arte-moderna
https://www.maxima.pt/atuado/detalhe/fomos-conhecer-o-novo-centro-de-arte-moderna-da-gulbenkian

Link
https://cnnportugal.iol.pt/fundacao-calouste-gulbenkian/cam/mais-jardim-mais-janelas-mais-espaco-para-exposicoes-e-uma-pala-para-todos-os-encontros-o-novo-cam-abre-se-a-cidade-de-lisboa/20240914/66e1d29bd34e94b8290507de
https://sol.sapo.pt/2024/09/19/o-cam-deixou-de-ser-um-intruso-na-paisagem/
https://amensagem.pt/2024/09/20/gulbenkian-novo-jardim-cam/
https://lisboasecreta.co/exposicoes-em-lisboa/
https://magg.sapo.pt/viagens/artigos/evolution-valbom-este-novo-hotel-de-lisboa-tem-um-rooftop-com-espelho-de-agua-e-vista-sobre-a-cidade

Link
https://observador.pt/2024/10/21/veneza-em-festa-vai-reunir-mais-de-50-obras-de-mestres-do-seculo-xviii-na-gulbenkian/
https://www.timeout.pt/lisboa/pt/noticias/canaletto-ou-guardi-gulbenkian-abre-portas-aos-mestres-da-pintura-veneziana-102524
https://www.agendalx.pt/2024/10/25/veneza-a-cidade-cenografica/
https://www.publico.pt/2024/10/27/cultura/psilon/noticia/seculo-xviii-pintura-vende-veneza-turistas-2109559
https://www.timeout.pt/lisboa/pt/arte/o-caligrafo-ocidental-fernando-lemos-e-o-japao
https://sicnoticias.pt/programas/todas-as-artes/2024-11-08-video-uma-pequena-veneza-na-gulbenkian-61415d59

Link
https://chmagazine.pt/gulbenkian-apresenta-os-mestres-venezianos-do-seculo-xviii-na-mostra-veneza-em-festa-de-canaletto-a-guardi/
https://www.rtp.pt/noticias/cultura/governo-nomeia-nuno-vasallo-e-silva-como-presidente-da-fundacao-ccb_n1618404
https://www.noticiasao minuto.com/cultura/2680393/nuno-vassallo-e-silva-nomeado-presidente-da-fundacao-ccb
https://sicnoticias.pt/cultura/2024-11-29-nuno-vasallo-e-silva-e-o-novo-presidente-da-fundacao-ccb-825862c6
https://www.dn.pt/cultura/nuno-vassallo-e-silva-e-o-novo-presidente-do-conselho-de-administracao-da-fundacao-ccb
https://www.publico.pt/2024/11/30/cultura/psilon/noticia/nuno-vassallo-silva-entra-janeiro-ccb-instalou-contestacao-2113977
https://www.dn.pt/cultura/de-canaletto-a-guardi-o-seculo-de-veneza-em-conferencia-na-gulbenkian

Tabela 24 - Press clipping ao Museu Calouste Gulbenkian.

Apêndice 24 – Análise em tabela do website do Museu Bordalo Pinheiro

Nome da página	Secção	Descrição
Início		Página inicial onde o utilizador encontrará sete secções distintas, cada uma acompanhada por um botão com a designação 'SABER MAIS'. Este botão, ao ser acionado, redireciona o utilizador para uma nova página com informação complementar.
Museu	Museu	Nesta secção, o utilizador poderá encontrar informações gerais sobre o museu, bem como a sua missão institucional. Associadas a esta área encontram-se diversas subsecções, designadamente "História", "Espaços do Museu", "Biblioteca", "Cadernos de Bordalo", "Loja", "Quem Somos", "Informações" e "Acessibilidades". Referir que a secção "Quem Somos", apresenta informação sobre os colaboradores do museu, incluindo os respetivos contactos institucionais.
	Bilheteira online	O utilizador é encaminhado para uma página externa ao website do museu, sendo a aquisição de bilhetes realizada através da website da EGEAC.
	História	Ao clicar nesta página, é disponibilizada informação relativa à origem e fundação do museu, bem como a sua doação à Câmara Municipal de Lisboa.
	Espaços do museu	O utilizador é redirecionado para a secção "Planear a visita", onde se disponibiliza uma maquete 3D das instalações do museu - nomeadamente a Casa, o Edifício Técnico e a Galeria de Exposições Temporárias - bem como um mapa e fotografias do interior do museu.

	Biblioteca	Nesta subsecção encontra-se informação sobre a origem e fundação da biblioteca, bem como uma hiperligação de acesso ao catálogo digital. São também descritas as condições de acesso ao acervo documental no museu. Ao percorrer a página, o utilizador depara-se com outras subsecções que apresentam conteúdos relacionados com o acervo bibliográfico.
	Biblioteca online	O utilizador é direcionado para a plataforma digital onde se encontra disponível o acervo bibliográfico.
	Cadernos de Bordalo	Esta subsecção disponibiliza informação sobre a "Cadernos de Bordalo", organizada pelo museu, a qual reúne um conjunto de reflexões sobre a vida e obra de Bordalo Pinheiro, dirigidas ao público em geral.
	Loja	A "Loja" está subdividida em várias categorias, nomeadamente: "Ver Todos", "Edições do Museu", "Outras Edições", "Pop-ups" e "Diversos".
	Informações	Na subsecção "Informações", o utilizador é novamente conduzido à página "Planear a visita", onde encontrará dados sobre a localização do museu, contactos, horários de funcionamento, bilheteira online, valores dos bilhetes, formas de acesso por transportes públicos e bicicleta, estacionamento, acessibilidades, prémios recebidos, informação institucional sobre a EGEAC e outros documentos relevantes.
	Acessibilidades	Esta subsecção fornece detalhes sobre as condições de acessibilidade física do museu, bem como sobre os recursos inclusivos disponíveis.
Rafael Bordalo Pinheiro	Rafael Bordalo Pinheiro	Nesta secção são disponibilizados um texto, imagens e vídeos que sintetizam a vida e obra de Bordalo Pinheiro. É também apresentada uma hiperligação para um website externo ao museu, onde se encontra uma biografia mais profunda do autor.

	Cronologia	É apresentada uma cronologia pormenorizada da trajetória pessoal e profissional de Bordalo Pinheiro.
	A obra	Nesta secção, o museu disponibiliza, em formato digital, alguns capítulos extraídos do seu Guia.
	Autorretrato	Nesta secção é apresentado seu o duplo autorretrato, "Vinte Anos Depois" de 1903.
	Brasil de Bordalo	Esta secção retrata a estadia de Bordalo Pinheiro no Brasil, através de texto e imagens, destacando igualmente alguns dos trabalhos que realizou nos periódicos brasileiros onde colaborou.
	Manuel Gustavo	Esta secção. apresenta uma contextualização sobre quem foi Manuel Gustavo, disponibilizando também os conteúdos sobre o mesmo na plataforma Google Arts & Culture.
	Explorar	Esta secção encontra-se subdividida em quatro partes, nomeadamente: "Quem é Quem", "Ver Melhor", "Estudos" e "Bordalo em Voz Alta".
Coleção	Coleção	Na página "Coleção" é apresentada uma descrição breve da coleção do museu, na qual se identifica o número total de obras que integram o acervo, bem como as respetivas categorias. É ainda feita referência à biblioteca especializada do museu. Em cada uma das secções, faz-se uma exposição sucinta das características de cada categoria, identificando e, por vezes, descrevendo o tipo de obras ou peças de arte que a integram, assim como o número de peças existentes em cada categoria.
	Jornais	
	Desenho	
	Gravura	
	Pintura	
	Fotografia	
	Azulejaria	
	Cerâmica	
	Documentação	
	Equipamentos e utensílios	
Coleção online	Ao clicar em "Coleção online", o utilizador é redirecionado para a página onde pode consultar a coleção e o acervo bibliotecário.	

	Explorar	Esta secção corresponde à mesma identificada anteriormente, e que tem o mesmo título.
	Google Arts & Culture	Nesta página, são fornecidas informações sobre o perfil do museu na plataforma Google Arts & Culture, incluindo uma ligação direta para o referido perfil.
Exposições	Ver todas	Nesta secção, o utilizador terá acesso a todas as exposições - permanentes, temporárias, itinerantes ou virtuais - tanto as que se encontram em curso como as que já encerraram. O utilizador poderá consultar todas as exposições realizadas desde o ano de 2019.
	Permanente	Nesta página, o utilizador poderá consultar a lista de todas as mostras permanentes. Ao clicar no botão 'SABER MAIS', o utilizador será redirecionado para uma página contendo informações e fotografias sobre a respetiva mostra.
	Temporárias	Nesta secção, encontrará uma lista com as mostras temporárias. Ao clicar no botão 'SABER MAIS', o utilizador será direcionado para uma página com texto e fotografias sobre a mostra.
	Itinerantes	Nesta secção, o museu apresenta a exposição itinerante - "O Jogo da Política Moderna! Desenho humorístico e caricatura na 1ª República". Ao clicar no botão 'SABER MAIS', o utilizador é redirecionado para uma página com texto e imagens sobre a exposição. Por se tratar de uma exposição itinerante, é também disponibilizada informação sobre as condições de cedência da mesma.

	Virtuais	<p>Nesta secção, encontram-se as duas exposições itinerantes do museu: 'Lisboa de Bordalo Story Map' e 'Manuel Gustavo Bordalo Pinheiro (1867-1920)'. Na primeira, o museu convida o utilizador a explorar a cidade de Lisboa tal como foi retratada por Rafael Bordalo Pinheiro no final do século XIX. Na segunda, o utilizador terá acesso a uma mostra virtual dedicada a Manuel Gustavo Bordalo Pinheiro, dividida em quatro partes, disponível na plataforma Google Arts & Culture.</p>
Atividades	Museu em casa	<p>Nesta secção, o museu apresenta as diversas formas de o explorar a partir de casa. São destacadas as suas plataformas digitais, nomeadamente as redes sociais - Facebook, Instagram e YouTube -, bem como o acesso à coleção e biblioteca online, às exposições virtuais disponíveis, aos jornais e livros bordalianos, às publicações em que Bordalo colaborou e às obras dedicadas à história do museu. São ainda disponibilizados recursos pedagógicos, com diversas propostas de atividades destinadas aos mais novos, ideais para serem realizadas em contexto familiar.</p>

	Visitas	<p>Nesta secção, o utilizador poderá consultar a lista de todas as visitas orientadas - as que estão em curso e as que se encontram terminadas, sendo possível recuar a pesquisa até ao ano de 2019. Em destaque surge, em primeiro lugar, a programação acessível, seguindo-se todas as restantes visitas. Ao seleccionar uma visita, o utilizador será direccionado para a respetiva página, onde constam: o período de vigência, o público-alvo, uma descrição sumária, o preço, as instruções para reserva ou inscrição e outras informações complementares. Sempre que aplicável, são indicadas as datas e horários de realização, a duração, o número máximo de participantes e o ponto de encontro. No caso das visitas acessíveis, são ainda apresentados os recursos e materiais disponibilizados.</p>
--	---------	---

	Escolas	<p>Nesta secção, o utilizador poderá encontrar todas as atividades destinadas ao público escolar. Esta área está subdividida em várias categorias: Pré-escolar, 1.º Ciclo, 2.º Ciclo, 3.º Ciclo, Ensino Secundário e Profissional, Ensino Superior, Descola, Formação de Professores e Recursos Pedagógicos. As primeiras seis categorias organizam as atividades de acordo com o nível de ensino. Para cada atividade, é apresentada uma breve descrição, o período durante o qual pode ser realizada, os respetivos horários, os níveis de ensino a que se destina, a duração, o número mínimo e máximo de participantes, o preço, bem como os contactos do serviço educativo - endereço de e-mail e número de telefone. Na página dedicada ao Descola, é apresentada informação sobre esta iniciativa, referindo que "o Museu Bordalo Pinheiro, enquanto parte integrante da rede de equipamentos da EGEAC/CML, participa ativamente no DESCOLA – Atividades criativas para alunos e professores [...]". Na página dedicada à Formação de Professores, o utilizador encontrará uma secção intitulada 'Toma, Zé Povinho', que corresponde ao nome da ação de formação. Ao selecionar essa secção, será direcionado para uma página com informações detalhadas sobre a mesma, nomeadamente as competências a desenvolver, as datas de realização, a duração e o regime da formação, o preço, bem como a pessoa responsável pela sua organização e condução. Na secção dos Recursos Pedagógicos, o utilizador encontrará três documentos disponíveis para descarregar: Programa Escolas 2019–2020, Guia Bordalo Didático e Caderno de Exploração do Museu.</p>
--	---------	--

	Cursos livres	<p>Nesta secção, o utilizador poderá consultar todos os cursos desenvolvidos pelo museu, incluindo aqueles que se encontram atualmente em realização, bem como os que tiveram lugar no passado. Estão disponíveis para visualização todos os cursos realizados desde novembro de 2019. Ao selecionar qualquer um dos cursos, o utilizador será encaminhado para a respetiva página, onde poderá consultar informações sobre o período de realização, o público-alvo, uma breve descrição, as datas e horários previstos, o número mínimo e máximo de participantes, a formadora responsável, o valor da inscrição e o contacto para efeitos de inscrição.</p>
	Oficinas	<p>Nesta secção, o utilizador poderá consultar informação sobre todas as oficinas organizadas pelo Museu Bordalo Pinheiro, englobando tanto as que estão atualmente em vigor como as já realizadas. A pesquisa pode ser efetuada retrospectivamente até ao ano de 2019. Em cada página dedicada a uma oficina, o utilizador poderá consultar informações relativas ao público-alvo, às datas e horários de realização, ao número mínimo e máximo de participantes, à formadora responsável, ao valor da inscrição e ao contacto de correio eletrónico através do qual deverá ser efetuada a inscrição. Nos casos em que se trate de uma oficina de carácter inclusivo, essa informação é devidamente assinalada.</p>

	Conversas e Etc.	Nesta secção, o utilizador poderá encontrar uma seleção de atividades promovidas pelo museu, abrangendo tanto iniciativas em curso como outras já realizadas. Entre as atividades atualmente disponíveis destacam-se a formação intitulada 'Toma, Zé Povinho!', a oficina 'Paródia no Bordalo' e a visita temática 'Projetos de continuidade'. No entanto, é possível identificar, entre os eventos já ocorridos, diversas "Conversas e Etc.", como por exemplo, "Bordalo de Nariz Vermelho: Humor, Arte e Saúde", "O Humor Unido Jamais Será Vencido" e "Lançamento d'A NOVA PARÓDIA Nº2, com Hugo van der Ding", entre tantas outras. Em cada página dedicada a cada atividade são apresentadas as mesmas categorias de informação que constam nas atividades anteriormente mencionadas.
	Fora de portas	Aqui, o utilizador encontrará todas as atividades promovidas pelo museu fora das suas instalações, tanto as que estão a decorrer como as que já aconteceram.
	Projetos	Nesta secção, é possível consultar todos os projetos em desenvolvimento, bem como aqueles que já foram concluídos pelo Museu Bordalo Pinheiro. Ao clicar, por exemplo, nos "Projetos de Continuidade", atualmente em curso no museu, o utilizador terá acesso a uma breve introdução sobre os mesmos, assim como informações sobre os projetos anteriores, acompanhadas de texto e imagens.
	Residências artísticas	Nesta secção, o utilizador encontrará informações sobre as condições de participação nas residências artísticas do Museu Bordalo Pinheiro, bem como outras informações relevantes.
Barra de pesquisa		Ferramenta de pesquisa para procurar conteúdos no website.

Tabela 25 - Análise do website do Museu Bordalo Pinheiro. Tabela elaborada pela investigadora.

Apêndice 25 – Análise em tabela do website do Museu Calouste Gulbenkian

Nome da página	Secção	Descrição
MyGulbenkian	-	Página para registar ou iniciar sessão.
Cesto de compras	-	Bilhetes ou artigos adicionados ao cesto de compras.
Agenda	Todos	Todos os eventos em curso no museu.
	Exposições	Mostras em exibição no museu.
	Atividades	A programação cultural atualmente em curso no museu.
Barra de pesquisa	-	Ferramenta de pesquisa para procurar conteúdos no website.
Agenda	Exposições	Mostras em exibição no museu.
	Exposições passadas	Esta página reúne todas as exposições realizadas desde abril de 2016. Para cada uma, é disponibilizada uma breve descrição, acompanhada de um botão do tipo "call to action" com a indicação 'Saber mais', o qual redireciona o utilizador para uma página complementar, onde se encontra mais informação sobre a respetiva exposição.
	Visitas e atividades	Esta secção encontra-se subdividida em três categorias: 'Escolas', 'Crianças e Famílias, Jovens e Adultos' e 'Grupos Particulares'. No caso das atividades dirigidas a escolas, a informação é organizada por níveis de ensino: pré-escolar, 1.º ciclo, 2.º ciclo, 3.º ciclo, ensino secundário e profissional, ensino superior, academia de seniores e Necessidades Educativas Específicas (NEE). Na categoria 'Crianças e Famílias, Jovens e Adultos', ao aceder à respetiva página, o utilizador tem acesso à lista completa de visitas e oficinas disponíveis, podendo ainda filtrar os resultados por data. Quanto às atividades destinadas a grupos particulares, o utilizador é redirecionado, ao aceder à respetiva página, para o website da Fundação, onde se encontram listadas todas as atividades disponíveis,

		incluindo aquelas organizadas pelo Centro de Arte Moderna (CAM).
Coleção	Conhecer a coleção	Esta secção integra um total de doze subsecções, sendo uma delas intitulada 'A Coleção', enquanto as restantes correspondem aos diferentes núcleos temáticos da exposição permanente. Cada subsecção é acompanhada por uma imagem, um breve texto descritivo e uma hiperligação identificada com o termo 'mais'. Ao clicar nesta ligação, o utilizador é direcionado para uma página específica dedicada a cada núcleo, onde são apresentados algumas das peças que pertencem ao núcleo. O utilizador pode clicar em cada uma das peças, aparecendo uma imagem em maior dimensão, acompanhada de uma breve descrição, informações sobre a proveniência, dimensões e biografia do autor. Podem ser disponibilizados outro tipo de dados, como a técnica utilizada — no caso de se tratar, por exemplo, de uma pintura — entre outras informações relevantes, consoante as características da peça em questão.
	O Colecionador	Esta página disponibiliza informação biográfica sobre Calouste Sarkis Gulbenkian.
	O Edifício	Esta página apresenta informação acerca do processo de construção do museu e aspetos relativos à estrutura arquitetónica do mesmo. Surge, também, informação relativa ao encerramento temporário do museu para a realização de obras de renovação, as quais estão previstas decorrer até julho de 2026. Para além disso, é mencionado que uma parte do acervo estará exposto na mostra 'Grandes Obras'.
	Visita virtual 360°	Página onde é possível ter acesso ao sistema de visita virtual 360°. O utilizador pode ter acesso a todos os núcleos da exposição permanente.

Ler, ver, ouvir	Artigos	Nesta página, são disponibilizados artigos que exploram temáticas diversas, as quais estão interligadas com as temáticas presentes nas coleções do museu.
	Podcasts	Nesta página, encontram-se disponíveis todos os episódios dos podcasts "História de Arte" e "Only the Best" que foram lançados até ao momento.
	Vídeos	Nesta página, estão disponíveis vídeos que abordam temas diretamente relacionados com o acervo e as exposições do museu. É possível filtrar a pesquisa por categoria, como 'conferência', 'educativo' e 'entrevista', assim como por série, nomeadamente "Lalique e a Idade do Vidro" e "O Tesouro dos Reis".
	Notícias	Página com diversas notícias relacionadas com o museu.
	Coleções e catálogos online	Esta secção está dividida em duas subsecções: "Histórias das Exposições de Arte" e "Google Arts & Culture". Na primeira subsecção, encontra-se um registo histórico completo das Exposições de Arte da Fundação Calouste Gulbenkian. Na segunda subsecção, é apresentada informação sobre a parceria com a Google Arts & Culture, iniciada em 2016, que permite ao utilizador conhecer algumas das obras de arte pertencentes à coleção Gulbenkian.
Publicações	-	Nesta secção, podem ser encontrados todos os catálogos publicados pelo museu desde 2001, estando também disponíveis para compra.
Informações úteis	Horários	Uma hiperligação que remete para uma página no website da Fundação onde se encontram disponíveis os horários de funcionamento de todos os seus serviços. Contudo, e dado que o museu se encontra temporariamente encerrado, essa informação está devidamente disponível na referida página.

	Bilhetes	Existe uma hiperligação que conduz o utilizador para uma página no website da Fundação, onde se encontra disponível o valor dos bilhetes, tanto para o museu como para o CAM, sendo igualmente possível proceder à sua aquisição através da mesma página. Contudo, na mesma página está indicado que o museu se encontra temporariamente encerrado.
	Como chegar	O utilizador é reencaminhado para uma página do website da Fundação que indica em que zona da cidade de Lisboa a Fundação fica localizada, disponibilizando também indicações sobre como chegar ao local, seja por transportes públicos, viatura própria, bicicleta ou autocarros turísticos. Nesta página, encontra-se igualmente disponível um mapa que inclui todos os edifícios da Fundação, bem como o respetivo jardim.
	Acessibilidade	Mais uma vez, o utilizador é reencaminhado para uma página do website da Fundação, onde se disponibilizam informações relativas à acessibilidade física do complexo arquitetónico e parte do jardim.
	Guia digital gratuito	O utilizador é direcionado para uma página do website da Fundação onde se encontra disponível um código QR, que pode ser lido para aceder ao guia digital da Fundação na aplicação Bloomberg Connects. Através desta aplicação, é possível usufruir de audioguias, percursos de visita destinados a famílias, informações adicionais sobre obras e outros conteúdos complementares.
Cartão Gulbenkian	-	Nesta página, o utilizador encontrará informações relativas às condições de acesso ao Cartão Gulbenkian e ao Cartão Gulbenkian Mais. O utilizador poderá aderir a uma das modalidades através desta página.

Tabela 26 - Análise do website do Museu Calouste Gulbenkian. Tabela elaborada pela investigadora.

Anexos

Anexo 1 – Os Desenhos de Investigação do Método Misto

Desenho	Procedimento	Tipo de integração
<i>Explanatory sequential</i>	O método quantitativo é complementado por um método qualitativo, com o propósito de aprofundar a interpretação e a explicação dos resultados obtidos com o método quantitativo.	Explicar os dados
<i>Exploratory sequential</i>	Explorar um determinado tópico através de um método qualitativo e utilizar os resultados obtidos para conceber e implementar um instrumento de recolha de dados quantitativo.	Construir os dados
<i>Convergent ou concurrent</i>	Os dados quantitativos e qualitativos são recolhidos de forma simultânea, no caso de um desenho concomitante, sendo posteriormente integrados e comparados para uma análise mais completa do fenómeno em estudo.	Fusão dos dados
<i>Qualitative nested in quantitative</i>	Refere-se à adoção de um ou mais métodos quantitativos como método principal, complementados pela utilização de métodos qualitativos, os quais, embora secundários, contribuem para enriquecer e aprofundar os dados recolhidos pelo método principal.	Incorporar os dados

<p><i>Quantitative nested in qualitative</i></p>	<p>Consiste na aplicação de métodos qualitativos como abordagem principal, sendo complementada pela utilização de métodos quantitativos, que, apesar de secundários, contribuem para aprofundar e enriquecer a interpretação.</p>	<p>Incorporar os dados</p>
--	---	----------------------------

Tabela 27 - Os Desenhos da Investigação do Método Misto. Tabela elaborada a partir de Leavy (2017, p.178).

Anexo 2 – Consentimentos informados



Declaração de Consentimento Informado

Este estudo tem como principais objetivos analisar as estratégias de comunicação utilizadas pelos museus para promover o envolvimento e participação do público com deficiências sensoriais – nomeadamente, indivíduos cegos ou com baixa visão e indivíduos surdos ou com baixa audição - nas suas atividades; identificar os desafios e oportunidades na implementação de estratégias de comunicação para a inclusão social; e propor recomendações práticas para aprimorar as estratégias de comunicação dos museus, tendo em vista a otimização do seu impacto social e inclusivo na comunidade local.

Este estudo está a ser realizado por Sara Ferreira da Costa, sob a orientação da Professora Doutora Margarida Carvalho, como requisito para a obtenção do grau de mestre em Gestão Estratégica das Relações Públicas, curso ministrado pela Escola Superior de Comunicação Social do Instituto Politécnico de Lisboa.

Uma das ferramentas de recolha de dados para este estudo consiste na realização de entrevistas semiestruturadas, para as quais solicitamos a sua participação e autorização para a respetiva gravação. A sua participação é totalmente voluntária, sendo-lhe garantido o direito de recusar responder a qualquer questão ou de desistir da entrevista a qualquer momento, sem que isso implique qualquer penalização.

Toda a informação recolhida nesta entrevista será utilizada exclusivamente para fins académicos e será incluída na dissertação de mestrado, que ficará disponível para consulta no Repositório Científico do Instituto Politécnico de Lisboa. Além disso, as informações recolhidas poderão ser utilizadas em futuros estudos científicos relacionados com esta área de investigação.

Desta forma, eu, BEATRIZ FERREIRA SARAIVA, declaro que compreendi a explicação que me foi fornecida acerca do estudo em que participo, tendo lido e aceite os termos da cedência de dados. Compreendo que os direitos de utilização da entrevista ficarão a pertencer à Escola Superior de Comunicação Social, e aceito, de livre vontade, participar neste estudo.

Assinatura: 

Data: 08 / 11 / 2024

Agradeço a sua colaboração, que é fundamental para o valor científico e rigor deste estudo.

Imagem 22 - Consentimento informado assinado por Beatriz Saraiva.

Declaração de Consentimento Informado

Este estudo tem como principais objetivos analisar as estratégias de comunicação utilizadas pelos museus para promover o envolvimento e participação do público com deficiências sensoriais – nomeadamente, indivíduos cegos ou com baixa visão e indivíduos surdos ou com baixa audição - nas suas atividades; identificar os desafios e oportunidades na implementação de estratégias de comunicação para a inclusão social; e propor recomendações práticas para aprimorar as estratégias de comunicação dos museus, tendo em vista a otimização do seu impacto social e inclusivo na comunidade local.

Este estudo está a ser realizado por Sara Ferreira da Costa, sob a orientação da Professora Doutora Margarida Carvalho, como requisito para a obtenção do grau de mestre em Gestão Estratégica das Relações Públicas, curso ministrado pela Escola Superior de Comunicação Social do Instituto Politécnico de Lisboa.

Uma das ferramentas de recolha de dados para este estudo consiste na realização de entrevistas semiestruturadas, para as quais solicitamos a sua participação e autorização para a respetiva gravação. A sua participação é totalmente voluntária, sendo-lhe garantido o direito de recusar responder a qualquer questão ou de desistir da entrevista a qualquer momento, sem que isso implique qualquer penalização.

Toda a informação recolhida nesta entrevista será utilizada exclusivamente para fins académicos e será incluída na dissertação de mestrado, que ficará disponível para consulta no Repositório Científico do Instituto Politécnico de Lisboa. Além disso, as informações recolhidas poderão ser utilizadas em futuros estudos científicos relacionados com esta área de investigação.

Desta forma, eu, Liliana Maria Pina,
declaro que compreendi a explicação que me foi fornecida acerca do estudo em que participo, tendo lido e aceite os termos da cedência de dados. Compreendo que os direitos de utilização da entrevista ficarão a pertencer à Escola Superior de Comunicação Social, e aceito, de livre vontade, participar neste estudo.

Assinatura: Liliana Pina

Data: 11 / 11 / 2024

Agradeço a sua colaboração, que é fundamental para o valor científico e rigor deste estudo.

Declaração de Consentimento Informado

Este estudo tem como principais objetivos analisar as estratégias de comunicação utilizadas pelos museus para promover o envolvimento e participação do público com deficiências sensoriais – nomeadamente, indivíduos cegos ou com baixa visão e indivíduos surdos ou com baixa audição - nas suas atividades; identificar os desafios e oportunidades na implementação de estratégias de comunicação para a inclusão social; e propor recomendações práticas para aprimorar as estratégias de comunicação dos museus, tendo em vista a otimização do seu impacto social e inclusivo na comunidade local.

Este estudo está a ser realizado por Sara Ferreira da Costa, sob a orientação da Professora Doutora Margarida Carvalho, como requisito para a obtenção do grau de mestre em Gestão Estratégica das Relações Públicas, curso ministrado pela Escola Superior de Comunicação Social do Instituto Politécnico de Lisboa.

Uma das ferramentas de recolha de dados para este estudo consiste na realização de entrevistas semiestruturadas, para as quais solicitamos a sua participação e autorização para a respetiva gravação. A sua participação é totalmente voluntária, sendo-lhe garantido o direito de recusar responder a qualquer questão ou de desistir da entrevista a qualquer momento, sem que isso implique qualquer penalização.

Toda a informação recolhida nesta entrevista será utilizada exclusivamente para fins académicos e será incluída na dissertação de mestrado, que ficará disponível para consulta no Repositório Científico do Instituto Politécnico de Lisboa. Além disso, as informações recolhidas poderão ser utilizadas em futuros estudos científicos relacionados com esta área de investigação.

Desta forma, eu, TIAGO MIGUEL COELHO GUERRA DA SILVA, declaro que compreendi a explicação que me foi fornecida acerca do estudo em que participo, tendo lido e aceite os termos da cedência de dados. Compreendo que os direitos de utilização da entrevista ficarão a pertencer à Escola Superior de Comunicação Social, e aceito, de livre vontade, participar neste estudo.

Assinatura: Tiago Miguel Coelho Guerra da Silva

Data: 11 / 11 / 2024

Agradeço a sua colaboração, que é fundamental para o valor científico e rigor deste estudo.

Imagem 24 - Consentimento informado assinado por Tiago Guerreiro.

Declaração de Consentimento Informado

Este estudo tem como principais objetivos analisar as estratégias de comunicação utilizadas pelos museus para promover o envolvimento e participação do público com deficiências sensoriais – nomeadamente, indivíduos cegos ou com baixa visão e indivíduos surdos ou com baixa audição - nas suas atividades; identificar os desafios e oportunidades na implementação de estratégias de comunicação para a inclusão social; e propor recomendações práticas para aprimorar as estratégias de comunicação dos museus, tendo em vista a otimização do seu impacto social e inclusivo na comunidade local.

Este estudo está a ser realizado por Sara Ferreira da Costa, sob a orientação da Professora Doutora Margarida Carvalho, como requisito para a obtenção do grau de mestre em Gestão Estratégica das Relações Públicas, curso ministrado pela Escola Superior de Comunicação Social do Instituto Politécnico de Lisboa.

Uma das ferramentas de recolha de dados para este estudo consiste na realização de entrevistas semiestruturadas, para as quais solicitamos a sua participação e autorização para a respetiva gravação. A sua participação é totalmente voluntária, sendo-lhe garantido o direito de recusar responder a qualquer questão ou de desistir da entrevista a qualquer momento, sem que isso implique qualquer penalização.

Toda a informação recolhida nesta entrevista será utilizada exclusivamente para fins académicos e será incluída na dissertação de mestrado, que ficará disponível para consulta no Repositório Científico do Instituto Politécnico de Lisboa. Além disso, as informações recolhidas poderão ser utilizadas em futuros estudos científicos relacionados com esta área de investigação.

Desta forma, eu, Teresa Ramos da Costa,
declaro que compreendi a explicação que me foi fornecida acerca do estudo em que participo, tendo lido e aceite os termos da cedência de dados. Compreendo que os direitos de utilização da entrevista ficarão a pertencer à Escola Superior de Comunicação Social, e aceito, de livre vontade, participar neste estudo.

Assinatura: Teresa Ramos da Costa

Data: 12 / 11 / 2024

Agradeço a sua colaboração, que é fundamental para o valor científico e rigor deste estudo.

Imagem 25 - Consentimento informado assinado por Teresa Costa.

Declaração de Consentimento Informado

Este estudo tem como principais objetivos analisar as estratégias de comunicação utilizadas pelos museus para promover o envolvimento e participação do público com deficiências sensoriais – nomeadamente, indivíduos cegos ou com baixa visão e indivíduos surdos ou com baixa audição - nas suas atividades; identificar os desafios e oportunidades na implementação de estratégias de comunicação para a inclusão social; e propor recomendações práticas para aprimorar as estratégias de comunicação dos museus, tendo em vista a otimização do seu impacto social e inclusivo na comunidade local.

Este estudo está a ser realizado por Sara Ferreira da Costa, sob a orientação da Professora Doutora Margarida Carvalho, como requisito para a obtenção do grau de mestre em Gestão Estratégica das Relações Públicas, curso ministrado pela Escola Superior de Comunicação Social do Instituto Politécnico de Lisboa.

Uma das ferramentas de recolha de dados para este estudo consiste na realização de entrevistas semiestruturadas, para as quais solicitamos a sua participação e autorização para a respetiva gravação. A sua participação é totalmente voluntária, sendo-lhe garantido o direito de recusar responder a qualquer questão ou de desistir da entrevista a qualquer momento, sem que isso implique qualquer penalização.

Toda a informação recolhida nesta entrevista será utilizada exclusivamente para fins académicos e será incluída na dissertação de mestrado, que ficará disponível para consulta no Repositório Científico do Instituto Politécnico de Lisboa. Além disso, as informações recolhidas poderão ser utilizadas em futuros estudos científicos relacionados com esta área de investigação.

Desta forma, eu, Margarida Rodrigues João,
declaro que compreendi a explicação que me foi fornecida acerca do estudo em que participo, tendo lido e aceite os termos da cedência de dados. Compreendo que os direitos de utilização da entrevista ficarão a pertencer à Escola Superior de Comunicação Social, e aceito, de livre vontade, participar neste estudo.

Assinatura: Margarida João

Data: 13 / 11 / 2024

Agradeço a sua colaboração, que é fundamental para o valor científico e rigor deste estudo.

Imagem 26 - Consentimento informado assinado por Margarida João.

Declaração de Consentimento Informado

Este estudo tem como principais objetivos analisar as estratégias de comunicação utilizadas pelos museus para promover o envolvimento e participação do público com deficiências sensoriais – nomeadamente, indivíduos cegos ou com baixa visão e indivíduos surdos ou com baixa audição - nas suas atividades; identificar os desafios e oportunidades na implementação de estratégias de comunicação para a inclusão social; e propor recomendações práticas para aprimorar as estratégias de comunicação dos museus, tendo em vista a otimização do seu impacto social e inclusivo na comunidade local.

Este estudo está a ser realizado por Sara Ferreira da Costa, sob a orientação da Professora Doutora Margarida Carvalho, como requisito para a obtenção do grau de mestre em Gestão Estratégica das Relações Públicas, curso ministrado pela Escola Superior de Comunicação Social do Instituto Politécnico de Lisboa.

Uma das ferramentas de recolha de dados para este estudo consiste na realização de entrevistas semiestruturadas, para as quais solicitamos a sua participação e autorização para a respetiva gravação. A sua participação é totalmente voluntária, sendo-lhe garantido o direito de recusar responder a qualquer questão ou de desistir da entrevista a qualquer momento, sem que isso implique qualquer penalização.

Toda a informação recolhida nesta entrevista será utilizada exclusivamente para fins académicos e será incluída na dissertação de mestrado, que ficará disponível para consulta no Repositório Científico do Instituto Politécnico de Lisboa. Além disso, as informações recolhidas poderão ser utilizadas em futuros estudos científicos relacionados com esta área de investigação.

Desta forma, eu, Margarida Rodrigues João, declaro que compreendi a explicação que me foi fornecida acerca do estudo em que participo, tendo lido e aceite os termos da cedência de dados. Compreendo que os direitos de utilização da entrevista ficarão a pertencer à Escola Superior de Comunicação Social, e aceito, de livre vontade, participar neste estudo.

Assinatura: Margarida Rodrigues João

Data: 19 / 11 / 2024

Agradeço a sua colaboração, que é fundamental para o valor científico e rigor deste estudo.

Imagem 27 - Consentimento informado assinado por Margarida João.