

VIVINA CARREIRA
CORNELIA PLAG
CONCEIÇÃO CARAPINHA
COORDS.

OS DISCURSOS DO TURISMO E O DESAFIO DA SUA TRADUÇÃO

Este volume reúne oito textos que se situam na encruzilhada entre os estudos do Turismo e da Tradução, salientando os desafios que se colocam numa área marcada pelo contacto de culturas, línguas, discursos.

Os trabalhos aqui compilados abarcam diferentes línguas, diferentes perspetivas teóricas, diferentes géneros textuais, e problemas de tradução. Neste âmbito, destaca-se, como uma das linhas de força deste volume, a abordagem do Turismo e da Tradução no contexto português. Ressaltam ainda os estudos sobre temáticas específicas, como é o caso do turismo cultural, nomeadamente o enoturismo, sobre a comunicação das narrativas do Turismo em catálogos ou podcasts de viagem ou, ainda, a questão da acessibilidade aos bens culturais e o papel que cabe à Tradução neste contexto.



I N V E S T I G A Ç Ã O

U|I

EDIÇÃO

Imprensa da Universidade de Coimbra
Email: imprensauc@ci.uc.pt
URL: http://www.uc.pt/imprensa_uc
Vendas online: <http://livrariadaimprensa.uc.pt>

COORDENAÇÃO EDITORIAL

Imprensa da Universidade de Coimbra

IMAGEM DA CAPA

Marco de Hevia — Unsplash

DESIGN DA CAPA

Pedro Matias

PRÉ-IMPRESSÃO

João Diogo

EXECUÇÃO GRÁFICA

KDP

ISBN

978-989-26-2429-7

ISBN DIGITAL

978-989-26-2430-3

DOI

<https://doi.org/10.14195/978-989-26-2430-3>



Este trabalho é financiado por fundos nacionais através da FCT – Fundação para a Ciência e a Tecnologia, I.P., no âmbito da Unidade de Investigação e Desenvolvimento 04887/2020.

© MARÇO 2023, IMPRENSA DA UNIVERSIDADE DE COIMBRA

VIVINA CARREIRA
CORNELIA PLAG
CONCEIÇÃO CARAPINHA
COORDS.

OS DISCURSOS DO TURISMO E O DESAFIO DA SUA TRADUÇÃO

**TOURISM DISCOURSES
AND THE CHALLENGE
OF THEIR TRANSLATION**

**LOS DISCURSOS TURÍSTICOS Y EL
RETO DE SU TRADUCCIÓN**



CONSELHO EDITORIAL

Vivina Carreira
Cornelia Plag
Conceição Carapinha

COMISSÃO CIENTÍFICA

Alexandre Bataller Català – Univ. de Valencia
Esther Vázquez – Univ. Autónoma de Madrid
Fernando Ferreira Alves – ELACH – Univ. do Minho
Francisco Godoy – Univ. Autónoma de Madrid
Jorge Almeida e Pinho – Univ. de Coimbra / CETAPS
Maria António Hörster – CECH – Univ. de Coimbra
Maria José Marques – CIAC – Univ. do Algarve
Pere Quer Aiguadé – Univ. de Vic
Robin Cranmer – Univ. of Westminster
Sílvia Quinteiro – CIAC – Univ. do Algarve

SUMÁRIO

Apresentação	7
Introduction.....	13
Notes on Contributors	19
Translation in Tourism: A Mixed-Methods Literature Review	27
<i>Inês Carvalho, Michelle Moraes, Gorete Dinis</i>	
Persuasive Language and Reverse Translation: Selling the Wine Industry Abroad.....	57
<i>Rebeca Cristina López González</i>	
Sobre el discurso turístico promocional, su texto y traducción.....	83
<i>José María Castellano Martínez</i>	
The Role of Transcreation in Tourism: A Spanish-English Corpus-Based Study of Online Travel Magazines.....	111
<i>Jorge Soto-Almela</i>	
O tradutor de acesso universal ao serviço do património cultural....	137
<i>Cláudia Martins</i>	
Sobre la traducción del discurso sensorial del podcast de viajes	167
<i>Manuela Álvarez Jurado</i>	

Translating Italian tourism in the 1930s: institutional tourist communication targeting foreign visitors	191
---	------------

Mirella Agorni, Linda Rossato

Communicating (in) wine tourism: what are the paths for harmonising the sector and the translation process?	225
--	------------

Teresa Pataco, Iolanda Galanes, Manuel Silva

APRESENTAÇÃO

A questão central para a qual aponta o título desta coletânea de trabalhos prende-se com o “desafio de traduzir os discursos do Turismo” – uma questão que pode ser considerada a partir de várias perspectivas. Desde logo se coloca a palavra no plural – “discursos” – o que aponta, numa primeira instância, para a existência de diferentes tipologias de discurso nos textos turísticos e, em seguida, para aquilo que podemos considerar um denominador comum entre os Estudos de Turismo e os Estudos de Tradução – a sua multidisciplinaridade.

Esta é uma temática sobre a qual alguns investigadores se têm debruçado, embora se possa dizer que esse trabalho ainda se encontra a dar os primeiros passos – daí a importância de que este volume se reveste – pois é seu propósito não apenas apresentar algumas linhas de investigação sobre o assunto, mas espoletar o interesse para que outros investigadores reflitam sobre ele.

Alguns autores têm-se questionado sobre a especificidade da linguagem do Turismo. Ora, não temos dúvida de que se trata de uma linguagem para (variados) fins específicos – em diversos sentidos: por um lado, a componente lexical pode ser específica para vários segmentos do Turismo (agroecologia, natureza, recursos naturais florísticos e faunísticos, arquitetura, arqueologia, história, história da arte, literatura, religião, antropologia, economia, geografia, geologia, ciências sociais, etc.); por outro lado, a natureza dos objetivos da tradução é provocar uma resposta positiva/favorável, a vontade de

viajar para um determinado destino, visitar um determinado local e, muito importante, compreendê-lo para engrandecer a experiência turística. Tendo em mente a diversidade das culturas, conhecê-las, ao ponto de comunicar as mensagens de forma adequada e, além disso, ter em conta a especificidade do público-alvo de tais textos constituem, por conseguinte, uma tarefa muito exigente e especializada.

Torna-se, assim, muito importante a colaboração entre os Estudos de Turismo e os Estudos de Tradução, com benefícios para ambas as disciplinas. Na tradução dos discursos do Turismo aplica-se muito bem a conhecida distinção venutiana entre “domesticação” e “estrangeirização” enquanto estratégias de tradução, entre outras, e este volume equaciona algumas dessas estratégias, entendidas no quadro de uma sociedade cada vez mais globalizada, cada vez mais dependente da tecnologia, cada vez mais exigente no que toca à fruição da experiência turística.

Assim, o presente volume inclui um primeiro capítulo intitulado “Translation in tourism: A mixed-methods literature review”, da autoria de Inês Carvalho, Michelle Moraes e Gorete Dinis, que, precisamente, realiza um levantamento da produção científica sobre tradução e turismo, partindo de uma análise quantitativa seguida de uma análise qualitativa, procurando compreender de que forma têm sido abordadas as ligações entre a tradução e o turismo no âmbito da produção científica balizada pelos Estudos de Turismo. As autoras concluem pela flagrante escassez de pesquisas neste âmbito, adiantando, ainda assim, um incremento de produção científica nos últimos anos. Debruçam-se sobre aspetos incontornáveis no que respeita à tradução dos textos turísticos, nomeadamente sobre a necessidade de formação em tradução na área do Turismo sobre a importância da aquisição de competências para lograr transmitir as diferenças culturais, bem como a utilização de diferentes recursos semióticos multissensoriais, advertindo o leitor, em última instância, para a importância de traduções de qualidade na área do Turismo.

A publicação online de um catálogo bilingue (espanhol-inglês) sobre a indústria vinícola da Galiza para a promoção turística desta região no exterior constitui o tópico de análise de Rebeca Cristina López González. Equacionando a importância do discurso persuasivo na venda de uma experiência turística, o texto “Persuasive Language and Reverse Translation: Selling the Wine Industry Abroad / Persuasión y traducción inversa: vender la industria vitivinícola en el exterior” caracteriza ainda o género ‘catálogo’, para nos propor, depois, uma análise de quatro casos, que constituem desafios para o tradutor. É a propósito destes casos que López González equaciona algumas das estratégias usadas na tradução do catálogo e a sua pertinência. A análise realizada permite levantar a hipótese de que o catálogo original, em espanhol, tinha já sido redigido a pensar no público inglês, o que facilita a vida do tradutor do texto, mas implica a perda da autenticidade local que pode motivar o interesse de um potencial turista.

O capítulo intitulado “Sobre el discurso turístico promocional, su texto y traducción”, da autoria de José María Castellano Martínez, tem como tema central a tradução do texto turístico promocional, especialmente o signifiante com especificidades culturais, considerado o exemplo mais desafiador deste tipo de tradução, já que, dando-se preponderância à função comunicativa, interessa equacionar o recurso a estratégias como a “adequação”, a “mediação” e a “transcrição” e reflectir sobre o resultado pragmático que terão, no objetivo último deste tipo de texto – a persuasão – equiparável à tradução publicitária, que comporta não só a variável linguística, mas também a cultural e a emocional.

A propósito do conceito de transcrição e do seu papel como estratégia persuasiva no turismo promocional, o texto de Jorge Soto-Almela (“The role of transcreation in tourism: a Spanish-English corpus-based study of online travel magazines”) apresenta uma análise de títulos de artigos presentes na revista espanhola *Ronda*,

uma publicação bilingue (espanhol-inglês), dedicada a viagens, da companhia aérea *Iberia*. Dando particular destaque às diversas variantes da transcrição, que pode chegar à total reinterpretação e à adaptação criativa a uma língua/cultura diferentes, o autor começa por caracterizar a revista e as suas funções, descritiva e persuasiva, para analisar depois quatro centenas de títulos; mais concretamente, o texto apresenta uma categorização dos processos de transcrição a que esses títulos foram sujeitos, em função do tipo de transformações efetuado, terminando com uma pergunta, sobre a diferença entre transcrição e tradução criativa, que visa potenciar a reflexão e a discussão académicas posteriores.

Num texto intitulado “O tradutor de acesso universal ao serviço do património cultural”, Cláudia Martins aborda o papel do tradutor no acesso das pessoas com deficiência e incapacidade aos bens culturais. Enquadrando o problema a partir de uma série de documentos reguladores que salientam a necessidade de uma abordagem inclusiva ao Turismo, a autora reflete sobre os novos desafios com que se depara o tradutor no contexto da mediação cultural, argumentando que uma oferta turística acessível exige um especialista em tradução intersemiótica e multimodal. Os quatro casos de estudo apresentados pela autora – e que configuram exemplos de boas práticas turísticas em Portugal – permitem demonstrar de que forma o tradutor universal pode intervir na acessibilidade em espaços culturais e fundamentam a tese da autora que defende que a formação dos novos tradutores deve incluir outras vertentes, nomeadamente a legendagem para surdos e ensurdecidos, a audiodescrição ou a linguagem simples e fácil, na medida em que só assim aqueles poderão responder às novas exigências do tradutor do século XXI.

O capítulo intitulado “Sobre la traducción del discurso sensorial del *podcast* de viajes / On the translation of sensory speech from travel *podcast*”, da autoria de Manuela Álvarez Jurado, conduz-nos a uma reflexão sobre o aparecimento de ferramentas de comunicação

inovadoras e versáteis, como o *podcast* que, à experiência visual, acrescenta a experiência auditiva, podendo ou não combinar as duas. Trata-se de um meio de comunicação virtual que, à semelhança do que acontece noutras áreas, também chegou ao âmbito turístico. A reflexão evolui no sentido de considerar, atendendo ao crescente aparecimento deste tipo de textos, a conveniência, e mesmo o benefício, de os traduzir com recurso a um tradutor profissional que estará, supostamente, preparado para perceber os matizes, conotações e ambiguidades que esses textos comportam.

No seu texto “Translating Italian tourism in the 1930s: institutional tourist communication targeting foreign visitors”, Mirella Agorni e Linda Rossato abordam a promoção turística, a cargo da agência oficial italiana, fundada na década de 1920, apresentando um estudo de caso de uma publicação multilingue sobre divulgação de destinos na Itália. O objeto de análise é o conjunto de estratégias de comunicação adotadas pela revista num período marcado pelo regime fascista, no sentido de (continuar a) cultivar a imagem de um destino turístico atrativo. Os textos publicados em italiano, alemão, francês e inglês permitem tirar conclusões quanto à diversidade dos públicos-alvo.

O enoturismo, uma área em franca expansão, é o tema de “Communicating (in) wine tourism: what are the paths for harmonising the sector and the translation process?”, da autoria de Teresa Pataco, Iolanda Galanes Santos e Manuel Silva. Em causa está a harmonização terminológica do setor vínico português. Para o efeito, extraem de dois corpora especializados de enoturismo os termos mais relevantes com o objetivo de tirar conclusões acerca das diferenças dos padrões terminogénicos nas duas línguas analisadas, nomeadamente devido a influências culturais e, mais especificamente, ao impacto da língua inglesa no setor.

Perante a diversidade de abordagens exibidas no volume, evidencia-se uma área de estudos dinâmica e com muito potencial, a cuja divulgação pretendemos dar continuidade.

(Página deixada propositadamente em branco)

INTRODUCTION

The issue at the core of this collection relates to the “challenge of translating tourism discourses” – a topic that can be considered from several viewpoints. We, therefore, use the word in the plural – discourses – pointing, firstly, to the existence of different discourse typologies in tourism texts and, secondly, to what can be considered a common denominator between Tourism Studies and Translation Studies – their multidisciplinary.

While some researchers have addressed this theme, work in the field is considered still in its early stages, hence the importance of this volume. Its purpose is not only to present some lines of research on the subject, but also to trigger interest among other researchers.

Some authors have questioned the specificity of the language of tourism. Well, we have no doubt that it is a language for (various) specific purposes, in several senses: on the one hand, the lexical component can be specific to various segments of tourism (agroecology, nature, natural flora and fauna resources, architecture, archaeology, history, art history, literature, religion, anthropology, economy, geography, geology, social sciences, etc); on the other hand, the nature of the translation objective is to provoke a positive/favourable response, the desire to travel to a certain destination, visit a certain place and, crucially, to understand it to enhance the tourist experience. Bearing in mind the diversity of cultures, it is therefore a very demanding and specialised task

to understand them sufficiently to communicate the messages properly and, moreover, take into account the specificity of the target audience of such texts.

Thus, the collaboration between Tourism Studies and Translation Studies becomes vital, with benefits for both disciplines. In the translation of tourism discourses, Venuti's well-known distinction between "domestication" and "foreignisation" as translation strategies, among others, applies very well. This volume discusses some of these strategies, understood within the framework of a society that is increasingly globalised, dependent on technology, and demanding when it comes to the enjoyment of the tourist experience.

The first chapter of this volume is entitled "Translation in tourism: a mixed-methods literature review", by Inês Carvalho, Michelle Moraes and Gorete Dinis. It presents a survey of the scientific literature on translation and tourism, based on a quantitative analysis followed by a qualitative analysis, in an attempt to understand how the links between translation and tourism have been dealt with in the scope of scientific literature in Tourism Studies. The authors conclude that there is a flagrant lack of research in this field, although they point out that there has been an increase in scientific publications in recent years. They focus on key aspects of the translation of tourism texts, including the need for translation training in the field of tourism, the importance of acquiring skills to transmit cultural differences, as well as the use of different multi-sensory semiotic resources, and, ultimately, the importance of quality translations in the field of tourism.

Rebeca Cristina López González's analysis topic is based on an online bilingual catalogue (Spanish-English) on Galicia's wine industry to promote tourism in this region abroad. Considering the importance of persuasive language in selling tourist experiences, the text "Persuasive language and reverse translation: selling the wine industry abroad / Persuasión y traducción inversa: vender la

industria vitivinícola en el exterior” also describes the ‘catalogue’ genre, and then proposes an analysis of four case studies taken from the catalogue, which constitute challenges for the translator. López González discusses some of the strategies used in the translation of the catalogue and their relevance with respect to the case studies. The analysis allows us to assume that the original catalogue, in Spanish, had already been written with an English audience in mind, which makes life easier for the translator of the text, but implies the loss of local authenticity that may motivate the interest of a potential tourist.

The chapter entitled “Sobre el discurso turístico promocional, su texto y traducción / On promotional tourism discourse, its text and translation”, by José María Castellano Martínez, focuses on the translation of the promotional tourism text, especially those with cultural specificities. These are considered the most challenging example of this type of translation since, as the communicative function takes precedence, it is important to consider the use of strategies such as “adaptation”, “mediation” and “transcription”. These strategies will deliver better pragmatic results as regards the ultimate objective of this type of text – persuasion – comparable to advertising translation, which involves not only the linguistic variable, but also the cultural and emotional.

The text by Jorge Soto-Almela regarding the concept of transcreation and its role as a persuasive strategy in promotional tourism, (“The role of transcreation in tourism: a Spanish-English corpus-based study of online travel magazines”) presents an analysis of article titles in the Spanish magazine *Ronda*, a bilingual (Spanish-English) travel publication for the *Iberia* airline. With particular emphasis on the different types of transcreation, which can go as far as total reinterpretation and creative adaptation to a different language/culture, the author begins by characterising the magazine and its functions, descriptive and persuasive, and then goes on to

analyse four hundred titles. More specifically, the text categorises the transcreation processes of these titles, according to the type of transformations performed, ending with a question about the difference between transcription and creative translation, which aims to prompt further academic reflection and discussion.

In a text entitled “The translator of universal access at the service of cultural heritage”, Cláudia Martins addresses the role of the translator in access to cultural assets by people with disabilities. Framing the issue from a series of regulatory documents that highlight the need for an inclusive approach to tourism, the author reflects on the new challenges faced by the translator in the context of cultural mediation, arguing that an accessible tourist offering requires a specialist in inter-semiotic and multimodal translation. The four case studies presented by the author – which are examples of good tourism practices in Portugal – demonstrate how the universal translator can intervene in the accessibility of cultural spaces, and support the author’s proposition that the training of new translators should include other aspects, such as subtitling for the deaf and deafblind, audio description or simple and easy language, as only then will they be able to meet the new demands of the 21st century translator.

The chapter entitled “Sobre la traducción del discurso sensorial del *podcast* de viajes / On the translation of sensory speech from the travel *podcast*”, by Manuela Álvarez Jurado, encourages us to reflect on the emergence of innovative and versatile communication tools, such as the *podcast*, that add the auditory experience to the visual, and may or may not combine the two. This is a virtual means of communication which, as in other areas, has reached the tourism sector. The reflection moves on to consider, given the growing appearance of this type of texts, the convenience, and even the benefit, of translating them using a professional translator who will be, supposedly, qualified to understand the nuances, connotations and ambiguities they contain.

In their text “Translating Italian tourism in the 1930s: institutional tourist communication targeting foreign visitors”, Mirella Agorni and Linda Rossato discuss tourism promotion by the official Italian agency, founded in the 1920s, presenting a case study of a multi-lingual publication advertising destinations in Italy. The objects of analysis are the communication strategies adopted by the magazine in a period marked by the fascist regime, in order to (continue to) cultivate the image of an attractive tourist destination. The texts published in Italian, German, French and English allow us to draw conclusions about the diversity of the target audiences.

Wine tourism, a rapidly expanding area, is the subject of “Communicating (in) wine tourism: what are the paths for harmonising the sector and the translation process?”, by Teresa Pataco, Iolanda Galanes Santos and Manuel Silva. At issue is the terminological harmonisation of the Portuguese wine sector. For this purpose, they extract the most relevant terms from two specialised wine tourism corpora with the aim of drawing conclusions about the differences in terminogenic patterns in the two languages analysed, namely due to cultural influences and, more specifically, to the impact of the English language on the sector.

The diverse approaches presented in this volume demonstrate the dynamic nature and huge potential of this field. We intend to continue to stimulate this debate.

(Página deixada propositadamente em branco)

NOTES ON CONTRIBUTORS

Inês Carvalho is an Assistant Professor at Universidade Europeia in Lisbon. Her research interests include several areas, such as: the intersection between languages and tourism; tourism and gender; cultural tourism and intercultural relations in tourism. She holds a PhD in Tourism from the University of Aveiro, a master's degree in Management and Planning in Tourism from the same university, and a bachelor's degree in Modern Languages and Literatures from the University of Coimbra. She was a visiting PhD student at Linköping University, Sweden. She is an integrated member of GOVCOPP (Research Unit for Governance, Competitiveness and Public Policies) at the University of Aveiro and a collaborator of CIEG (Interdisciplinary Center for Gender Studies) at the Institute of Social and Political Sciences of the University of Lisbon. She has participated in research projects in the field of gender studies financed by the Portuguese Foundation for Science and Technology. She is passionate about languages – in her free time she is committed to learning ten foreign languages.

Michelle Lins de Moraes is a Professor at Universidade Lusíada and at Lisbon Accounting and Business School (Instituto Superior de Contabilidade e Administração de Lisboa – ISCAL). She is a member of the National Training Committee for Tourism. She completed her PhD in Economics in 2014 at Università degli Studi di Ferrara (Italy) and in Public Policy from the Federal University of Maranhão

(Brazil), and her Master's in International Management in 2009 from Università Cattolica del Sacro Cuore (Italy). She participates as a researcher in the research project BIGTECHCon. She has published journal articles, book chapters and books on innovation, sustainability, and tourism.

Gorete Dinis holds a PhD in Tourism, Master's in Innovation, Planning and Development Policies, and a Bachelor's degree in Management and Planning in Tourism at the University of Aveiro. She is an Adjunct Professor at the Polytechnic Institute of Portalegre/ESECS since 2006, and Coordinator of the Tourism Degree. She is a member of the editorial board of national and international journals, as well as member of the scientific committee of national and international congresses. She has reviewed several articles and book chapters. In recent years, she has published several articles and chapters in the tourism field, with a focus on ICT applied to tourism, big data in tourism, digital marketing of tourist destinations, and media in tourism.

Rebeca Cristina López-González holds a PhD (2015, *cum laude*, International Mention) and a degree in Translation and Interpreting from the University of Vigo, where she has been working as a full time professor/researcher since 2011. Her teaching focuses on specialised legal and economic translation, one of her areas of research. In this field she has participated as a speaker in several conferences and published articles and book chapters such as: "Putting Touristic Destinations on the Map through Translation. How Public Institutions Provide Multilingual Visual Guides" in *Intercultural Routes Across Multicultural Spaces: From Theory to Dialogue* (2020); "Translating Culture for Touristic Purposes: A case Study" in *E-Revista de Estudos Interculturais* do CEI Vol. 6 (2018) and "Translating Cultural Aspects for Tourists and Cruise Passengers: Vigo, a Case Study" in *Bulletin*

of the Instituto de Estudios Vigueses. Glaukopis vol. 22 (2017). She takes part in the GALMA Observatory for Media Accessibility research group and collaborates with the research group TALIS.

José María Castellano Martínez - Licenciado y doctor en Traducción e Interpretación por la Universidad de Córdoba, donde es Profesor Ayudante Doctor en el área homónima. Es miembro del grupo de investigación HUM-947 «Texto, Ciencia y Traducción», colaborador del grupo HISTRACyT de la Universitat de València y miembro de la History Translation Network (HTN). Ha realizado estancia de investigación en el TERMISTI-HEB, así como de docencia en la Université libre de Bruxelles, la Université de Nîmes, la Université Paul Valéry Montpellier III y la Università Ca'Foscari de Venecia (2022). Es Máster en Traducción Especializada por su alma mater, así como Máster en Traducción Institucional por la Universitat d'Alacant, Experto Univ. en Instituciones y Políticas de la Unión Europea y Máster en Estudios Franceses y Francófonos por la UNED. Ha publicado numerosos artículos, capítulos de libros y otras contribuciones en revistas y editoriales de prestigio, además de haber sido tanto ponente como organizador en conferencias, congresos y seminarios del ramo. Sus líneas de trabajo son la Traductología, la Historia de la Traducción y la Traducción Turística.

Jorge Soto-Almela holds a PhD in Translation and Interpreting from the University of Murcia. He currently lectures at the Department of English Studies at the University of Alicante. His research activity focuses on corpus linguistics applied to specialized languages and translation. He has published in journals of international impact and has participated in numerous international conferences.

Cláudia Martins holds a PhD in Translation with a thesis on museum accessibility for people with visual impairment. Since 2001,

she has been teaching at the Department of Foreign Languages at the Polytechnic Institute of Bragança, where she conducts research on audiovisual translation, with a special focus on audio description. More recently, she is developing participatory and co-creative methodologies in the production of resources for museum accessibility with people with impairments.

Manuela Álvarez Jurado holds a PhD in French Philology, is Professor of Translation and Interpreting and Vice-Dean of Academic Planning and Social Projection of the Faculty of Philosophy and Arts at the University of Cordoba. Throughout her long teaching career, she has taught French Language and Literature, Tourist Translation, Literary Translation and Specialized Translation of Agrifood Texts. As for her research career, Manuela Álvarez is the author of numerous publications in high-impact journals and publishing houses, many of them on tourism translation. She is the author of *La visibilidad del traductor en los tratados de agricultura, agronomía, viticultura y vinificación (1773-1900)*, a monograph published by Comares in 2022. She has supervised several doctoral theses on a wide range of subjects and has been an invited speaker at numerous international conferences. She chairs the TRADITUR International Congress (Translation and Tourist Discourse). At the international level, she collaborates assiduously with the universities of Sorbonne, Paris Cité and ISIT in Paris, where she has carried out teaching and research stays. Principal investigator of international and regional R&D projects, she is an external evaluator for important national and international journals such as *Çédille*, *Tangence*, *Mutatis Mutandis* and *Onomázein*, among others.

Mirella Agorni holds a PhD in Translation Studies from the University of Warwick (UK) and teaches applied translation and translation theory at Ca' Foscari University of Venice. Her research

interests are mainly focused on translation history, translation theory, and translation and tourism. Her published volumes include *Translating Italy for the Nineteenth Century: Translation and an Imagined Nation in the Early Romantic Period 1816-1830s*, Peter Lang 2021; *Translating Italy for the Eighteenth Century: British Women, Translation and Travel Writing 1739-1797*, Routledge 2002/2014; *La Traduzione: Teorie e Metodologie a confronto*, Led 2005. Together with Giuseppe De Bonis she has recently edited *Collaboration in Translation: from Training to Platforms and Publishing*, Betwixt Series, Loffredo 2022. She is PI of the national project DIETALY on the English-language institutional tourism promotion of Italy as a destination for international visitors over the past 100 years. She has just completed a project to make the archive on the history of translation by Prof. Jean Delisle accessible, now available in electronic format.

Linda Rossato is Assistant Professor of English Language and Translation at the Department of Linguistics and Comparative Cultural Studies at Ca' Foscari, University of Venice. She got a (4-year BA) degree in Translation as well as a (1-year) Master's degree in Screen Translation from the University of Bologna, at Forlì and she obtained a Ph.D. in English for Special Purposes from the University of Naples Federico II. Her research interests include cultural translation, screen translation, the translation of food, child language brokering and non-professional translation, and recently tourism communication. She co-edited the volume *Non-Professional Translation and Interpreting: State of the Art and Future of an Emerging Field of Research* (2017), and co-edited with Delia Chiaro a Special Issue of the Journal *The Translator* on Food and Culture in Translation (2015). She is the author of a book on Television Food Discourse: a cross-cultural approach, which will soon be published.

Teresa Pataco has an undergraduate degree in Translation from the Faculty of Letters (University of Porto), a Master's Degree in Translation Studies from the same University and is currently doing PhD research in Terminology, Documentation and Corpora, at the Facultade de Filoloxía e Tradución, University of Vigo. She teaches English for Specific Purposes at ESHT – School of Hospitality and Tourism, Polytechnic Institute of Porto, and has published translations and articles in related fields. She has been part of the translation team responsible for the Portuguese version of JADA, The Journal of the American Dental Association.

Iolanda Galanes Santos (Vigo, Spain) has a degree in Romance Philology and she is a Doctor Galician-Portuguese Philology by the University of Santiago de Compostela. She is currently senior lecturer at the Department of Translation and Linguistics at the University of Vigo. Her research areas devoted to Translation Studies and Terminology. Iolanda does research in World Literatures, Discourse Analysis and Semantics.

Manuel Silva is the Dean of Porto Accounting and Business School (ISCAP – IPP). He holds an MD from Porto University in Terminology and Translation and a PhD from the New University of Lisbon in Linguistics. He is the Coordinator of the Research Unit in Languages, Communication and Education (CLOE) at the CEOS.PP. As a researcher he also collaborates with INESC TEC – Institute for Systems and Computer Engineering, Technology and Science - (Associated Laboratory). He is the President of the Executive Committee of the Portuguese Language Centres Association (ReCLES.pt), a member of CERCLES Network. His research interests range from knowledge management and ontology engineering to terminology and translation studies, localization, ESP, CLIL and e/b-learning. In these domains, he has participated in several

national and international projects. He has published several articles in indexed scientific journals and proceedings and was co-editor of several scientific publications and co-author of technical books. Currently collaborates with several scientific committees of indexed journals and national and international conferences.

(Página deixada propositadamente em branco)

O TRADUTOR DE ACESSO UNIVERSAL AO SERVIÇO DO PATRIMÓNIO CULTURAL

Cláudia Martins

Instituto Politécnico de Bragança, Portugal

Centro de Línguas, Literaturas e Culturas (CLLC) – Universidade de Aveiro
CEAUL/ULICES – Grupo de Investigação em Estudos de Tradução e Receção

claudiam@ipb.pt

ORCID 0000-0002-3388-2340

Resumo: Diversos documentos internacionais têm encarado a cultura como um direito humano desde a aprovação da Declaração Universal dos Direitos Humanos (1948), um direito do qual ninguém pode ser privado independentemente das suas características pessoais. Nas últimas décadas, o património cultural despertou para outras necessidades e exigências: não só se tornou um foco de interesse para o setor do turismo, como também foi alvo de preocupações de acessibilidade. A oferta turística acessível dirige-se a um grupo abrangente e diversificado que tem por objetivo as pessoas com deficiência e incapacidade, as crianças, os seniores, as mulheres grávidas, as pessoas com obesidade, entre outras. Neste sentido, as Nações Unidas argumentam que o turismo acessível é um fator central no desenvolvimento de uma política responsável e sustentável, assim como também fornece oportunidades de negócio únicas: mil milhões de pessoas com deficiência e incapacidade no mundo, para além dos 2 mil milhões de pessoas que são família,

cuidadores ou assistentes pessoais. Por estas razões, o turismo em espaços culturais deve ser gradualmente desenvolvido a partir da perspetiva da acessibilidade. É neste contexto que o tradutor como mediador de acesso universal surge como um ator incontornável, uma vez que a sua especialização em tradução intersemiótica e multimodal favorece uma experiência significativa, holística e multissensorial e, por isso, acessível. Com base numa metodologia de múltiplos estudos de caso, pretende-se apresentar e discutir criticamente exemplos de boas práticas em Portugal, que podem potenciar o turismo acessível: dois museus considerados como exemplares (i.e. Museu da Comunidade Concelhia da Batalha e Museu Nacional do Azulejo), o projeto AccessTUR para o centro de Portugal e o projeto “Cultura para Todos Bragança” (Fundo Social Europeu NORTE-07-4230-FSE-000058).

Palavras-chave: acessibilidade, tradução intersemiótica, tradução de acesso universal, recursos e modalidades acessíveis, turismo acessível.

Abstract: International legislation has regarded culture as a human right since the endorsement of the Universal Declaration of Human Rights (1948), a right of which no one should be deprived regardless of their personal traits. In the last decades, cultural heritage has awakened to other needs and demands: not only has it become a focus of interest for the tourism sector, but it has also been targeted for accessibility reasons. Accessible tourist offer should be directed to a broad and diverse group that aims at people with impairments, children, seniors, pregnant women, people with obesity, among others. As such, the United Nations hold that accessible tourism is essential for responsible and sustainable development policy and provides a unique business opportunity: one billion people with disabilities, as well the 2 billion people that are family or caregivers of these

persons. For these reasons, tourism must be gradually developed from the perspective of accessibility. It is in this context that the translator as a mediator for universal access comes forward as an essential actor, for their expertise in intersemiotic and multi-modal translation allow them to enhance a meaningful, holistic and multisensory and, thus, accessible experience. Based on a multiple case study approach, I intend to present and critically discuss examples of Portuguese good practices that may enhance accessible tourism: two museums regarded as exemplary (i.e., Museum of the Council Community of Batalha and the National Museum of Tile), the AccessTUR project for the central region of Portugal and the project “Culture for All Bragança” (European Social Fund NORTE-07-4230-FSE-000058).

Keywords: accessibility, intersemiotic translation, universal access translation, accessible resources and modes, accessible tourism.

1. Introdução

A Declaração Universal dos Direitos Humanos (DUDH, 1948) é um marco incontornável para a área social e tem sido amiúde citada quando abordamos as questões do acesso à cultura, conforme patente no seu artigo n.º 27:

1. Toda a pessoa tem o direito de **tomar parte livremente na vida cultural da comunidade**, de fruir as artes e de participar no progresso científico e nos benefícios que deste resultam.

2. Todos têm direito à protecção dos interesses morais e materiais ligados a qualquer produção científica, literária ou artística da sua autoria. (DRE, 2022)¹ [nosso negrito]

¹ Acedido a 3 de agosto no Diário da República Eletrónico.

Este direito consagrado na DUDH consolida a dimensão cultural do ser humano, da qual não pode ser privado independentemente das suas características pessoais. No seguimento desta declaração, o trabalho desenvolvido pela UNESCO e a Declaração Universal da Diversidade Cultural (2001) permitiram alcançar “um desenvolvimento significativo no sentido de estabelecer um núcleo comum e universal de valores de que toda a Humanidade beneficie e esteja obrigado a respeitar plenamente” (Leão, Neves, Coutinho & Neto, 2019, p. 173). O artigo 1.º desta Declaração esclarece o conceito de diversidade cultural:

Esta diversidade está inscrita no carácter único e na pluralidade das identidades dos grupos e das sociedades que formam a Humanidade. Enquanto fonte de intercâmbios, inovação e criatividade, a diversidade cultural é tão necessária para a Humanidade como a biodiversidade o é para a natureza.

Entre 1983 e 1992, as Nações Unidas celebraram a Década das Pessoas com Deficiência, que culminou com o Dia Internacional das Pessoas com Deficiência (3 de dezembro), comemorado desde 1992, tendo estes sido eventos marcantes para a consolidação dos direitos das pessoas com deficiência e incapacidade (PcDI) na sociedade civil ao nível europeu e mundial. Menos de uma década depois, surge a Convenção dos Direitos das Pessoas com Deficiência das Nações Unidas (2006, ratificada por Portugal em 2009), da qual destacamos o artigo n.º 23, que defende a fruição total e equitativa das PcDI, particularmente na vida cultural. É evidente que para tal acontecer devem desenvolver-se serviços e recursos de acessibilidade que respondam às necessidades e requisitos da diversidade humana.

Como consequência, foram criados numerosos documentos que protegem e enquadram o direito para as PcDI acederem a serviços e recursos acessíveis. Um exemplo que ilustra esta exigência é a

Diretiva Europeia de Serviços de Comunicação Social Audiovisual (2018/1808), cujo artigo 7.º consagra a necessidade de os serviços audiovisuais e multimédia se tornarem progressivamente mais acessíveis para as PcDI.

Para além deste enquadramento internacional, não se pode negligenciar o facto de a Constituição da República Portuguesa reconhecer também o direito à cultura, no artigo 73.º, particularmente na sua alínea 3): “O Estado promove a democratização da cultura, incentivando e assegurando o acesso de todos os cidadãos à fruição e criação cultural” (Portugal, 2005, em linha).

Esta revolução de acessibilidade, tal como Greco (2018) a designa, teve como consequência uma maior visibilidade das questões da acessibilidade em diversos setores da sociedade, tendo produzido efeitos também na investigação:

from transportation studies to human computer interaction, from geography to engineering, from design to sustainability studies, from translation studies to cultural heritage, from education to tourism studies (Greco, 2018, p. 209).

É neste contexto que o presente trabalho se enquadra: no direito inalienável de todas as pessoas acederem à cultura e às suas diversas manifestações em condições de igualdade. Para este efeito afigura-se essencial a disponibilização de recursos de acessibilidade que possibilitam a todas as pessoas, com ou sem deficiência, usufruir da cultura. Neste processo de mediação, a figura do tradutor assume uma importância primordial, uma vez que agrega um conjunto de competências e práticas que contribuem para esta igualdade no acesso cultural, nomeadamente o facto de dominar a legendagem interlinguística e para surdos e ensurdecidos, a audiodescrição, a tradução para linguagem simples e fácil, assim como outras competências intersemióticas (na linha da classificação de Roman Jakobson,

de 1959[2000]). Por estas razões, Neves (2018) sugere a designação de “tradutor de acesso universal” por conjugar a adaptação e a transcrição nesta prática tradutiva.

Com base no exposto acima, este trabalho estrutura-se da seguinte forma: apresentação de algumas considerações sobre acessibilidade e turismo e sobre a necessidade de potenciar o turismo acessível; reflexão sobre o papel do tradutor no contexto da mediação cultural e do que atualmente se designa como *Media Accessibility* (ou Tradução Audiovisual Acessível); e descrição de boas práticas em Portugal – dois museus de referência, uma prática turística desenvolvida no centro do país (AccessTUR) e um projeto local em desenvolvimento que retirou inspiração destas boas práticas. No final, pretendemos refletir sobre a relação entre acessibilidade e turismo, particularmente na formação dos tradutores, para que estes sejam capazes de assumir a função de mediadores de acesso universal.

2. Acessibilidade e Turismo

A relação entre acessibilidade e turismo tem sido alvo de reflexão há várias décadas. A título de exemplo, pode referir-se uma recomendação da UNESCO datada de 1960, onde se lista um conjunto de medidas para que os museus possam ser mais acessíveis para todos. Esta referência afigura-se pertinente, uma vez que sistematiza a exigência que se coloca aos museus atuais (e de então) no sentido de tornarem as suas coleções acessíveis para todas as pessoas, introduzindo o conceito de acesso para todos. Este conceito abrange a apresentação das coleções em si, legendas e informação concisa, roteiros e visitas guiadas, ou seja, diversos meios de mediação cultural. Para além disso, a UNESCO (1960) refere a questão dos horários, a necessidade de uma equipa numerosa, de equipamento de iluminação e de aquecimento. Todos estes aspetos se conjugam

para tornar os museus acessíveis, atrativos e confortáveis, sendo que este conforto e acessibilidade devem também oferecer espaços de descanso, restaurantes, cafés, entre outros.

Duas décadas mais tarde, a Organização Mundial de Turismo (OMT) abordou a acessibilidade na Conferência Mundial de Turismo, nas Filipinas, “onde reconheceu o turismo como direito fundamental para todas as pessoas como sendo essencial para o desenvolvimento humano, incentivando os estados a regulamentar os serviços turísticos” (Silva & Costa, 2018, p. 4). Em 1999, o Código Mundial do Turismo foi aprovado pela OMT, no Chile, tendo como objetivo “tornar o turismo acessível e sustentável para todas as pessoas que estejam em momentos de lazer e viagem” (Silva & Costa, 2018, p. 4). Entre uma multiplicidade de eventos, destacamos dois em 2014: a Cimeira Mundial da OMT, em Montreal, dedicada aos Destinos para Todos, e a Declaração de San Marino sobre Turismo Acessível, onde o Secretário-Geral, Taleb Rifai, reconheceu que “Advocating for and advancing universal access in travel and tourism is both a question of rights and a question of ethics, a matter of quality and respect, of freedom and non-discrimination” (UNWTO, 2014, em linha).

Todas as questões apresentadas que se aplicam aos museus são transferíveis para outros equipamentos que constituem a oferta turística de uma determinada região, sendo que os museus são um dos elementos que compõem a mesma. Por exemplo, Chazaud (1997, p. 80) relaciona as visitas aos museus como parte de uma abordagem mais abrangente de divulgação e promoção da oferta turística. Este autor defende a existência e desenvolvimento de uma interface entre serviços culturais e visitantes que permite a valorização da visita e passa pela representação técnica do local ou dos objetos (por meio de um audioguia ou de quiosques interativos), da intervenção dos diversos serviços exteriores (postos de turismo, meios de transporte, hotéis e restaurantes), em suma, a constituição de um produto.

Esta mediação cultural só é possível se for desenvolvida com base na interação entre os seguintes serviços: (1) os serviços periféricos à visita – restauração e alojamento; a animação turística e lúdica e horários; transportes; reserva; acolhimento personalizado; atividades de consumo; (2) os serviços que servem de base à própria visita – documentação; suporte imagem e som; vigilância e bilheteira; sinalética; circuito da visita; (3) e os serviços anexos à visita – com ou sem guia; salas para seminários; quiosques interativos e audioguias; venda de recordações (Chazaud 1997, pp. 81-82).

As visitas aos museus devem integrar-se naquilo que Devile, Jesus e Cruz (2011, p. 532) definem como um produto turístico total, que inclui um conjunto de componentes tangíveis e intangíveis percebidos como uma experiência e que abrangem o transporte, o alojamento, as atividades acessíveis, a disponibilização de informação apropriada e os recursos humanos preparados para a receção adequada (cf. Middleton, 1988). Assim, a oferta turística acessível deve ser direcionada para um quadro de públicos diferenciados não só integrando PcDI, mas também pessoas acompanhadas de crianças ou idosos, mulheres grávidas, pessoas obesas, entre outros (Devile, Jesus & Cruz, 2011, p. 530). Por outro lado, Devile *et al.* (2012) complementam esta ideia, argumentando que “o desenvolvimento de destinos turísticos acessíveis pressupõe uma diferenciação baseada na inclusão social e a aplicação do conceito de Desenho Universal” (p. 627).

A acessibilidade no turismo apresenta-se como uma questão de fruição de ambientes e experiências positivos. De acordo com Devile, Jesus e Cruz (2011, p. 351), o turismo acessível, ou “turismo para todos”, surge assim como uma forma de turismo que envolve um processo colaborativo entre os parceiros e permite às pessoas com diferentes requisitos de acesso (incluindo mobilidade, visão, audição e cognição) moverem-se de forma independente, com equidade e dignidade, fazendo uso de produtos, serviços e ambientes

baseados nos princípios de desenho universal. Paralelamente, Silva e Costa (2018) argumentam que o turismo acessível “é um segmento que pode transformar o ambiente para que não só as pessoas com deficiência tenham acesso mas para que todos possam usufruir [dos destinos turísticos] com segurança e autonomia” (p. 4). Como tal, deve ser encarado como uma oportunidade e não uma obrigação (cf. Declaração de San Marino, OMT, 2014).

O turismo acessível deve ser pensado e trabalhado da perspectiva do valor da atividade turística, tentando eliminar barreiras que inibem ou condicionam as PcDI nas ofertas turísticas. Atente-se nas várias dimensões de acesso, tais como as que são propostas por Dodd e Sandell (1998) para os museus ou por Sassaki (2005) para a vida social em geral. Quanto aos primeiros autores, estes refletem sobre os obstáculos que se colocam no acesso físico, informativo, cultural, intelectual, financeiro, emocional e sensorial e no acesso à tomada de decisões, enquanto Sassaki (2005) menciona a acessibilidade arquitetônica, comunicacional, metodológica, instrumental, programática, atitudinal e, mais recentemente, digital.

Na linha dos obstáculos à acessibilidade, Devile, Kastenholz e Santiago (2010) apresentam um modelo conceptual que engloba um conjunto de inibidores ao lazer e ao turismo: os inibidores intrapessoais, os inibidores interpessoais e os inibidores estruturais. Quanto aos inibidores intrapessoais, estes encontram-se associados ao estado psicológico, ao funcionamento físico ou à capacidade cognitiva do indivíduo, relacionando-se com problemas de saúde, ansiedade ou falta de conhecimento ou experiência. Por sua vez, os inibidores interpessoais podem ocorrer durante as interações com a rede social do indivíduo, com prestadores de serviços ou com estranhos, ou simplesmente por falta de companhia na participação em certas atividades. Por fim, os inibidores estruturais intervêm na relação entre as preferências e a participação dos visitantes, sendo exemplos disto a falta de tempo, os constrangimentos financeiros,

as dificuldades de transporte e a influência das condições climáticas. Pode verificar-se uma interligação entre estes inibidores e as barreiras mencionadas pelos autores acima citados.

Apesar dos diferentes constrangimentos que se colocam, é possível ultrapassá-los e criar locais turísticos que sejam acessíveis para todos. Assim, Devile *et al.* (2012, p. 636) sustentam que: a questão da acessibilidade em turismo, traduzida na melhoria da qualidade de vida da comunidade local e da experiência dos seus visitantes, deve ser encarada como o enquadramento necessário para um novo paradigma de desenvolvimento turístico, cujas características são a qualidade, competitividade e sustentabilidade.

Paralelamente, as recomendações da OMT abrangem um conjunto de infraestruturas e serviços, nomeadamente a informação e promoção turísticas (entre as quais, uma lista dos serviços de apoio para turistas com deficiência e incapacidade), as áreas de estacionamento, a comunicação, a simbologia usada, o movimento vertical nos edifícios (e.g. elevadores e rampas), as instalações sanitárias públicas, os preços, os transportes, as estações, os terminais de passageiros e as instalações relacionadas, o alojamento, a restauração, as salas de conferências, as atividades culturais e outras de lazer. Todos estes aspetos se encontram alinhados com o sustentado pelos autores citados em cima, i.e., Chazaud (1997), Devile, Jesus e Cruz (2011) e Devile *et al.* (2012).

Paralelamente aos documentos internacionais já mencionados, em 2014, foi publicada a Norma Portuguesa (NP) 4523/2014 relativa ao Turismo Acessível em Estabelecimentos Hoteleiros. Segundo o Turismo de Portugal (IP), a NP de Turismo Acessível:

tem por fim promover boas práticas de serviço em estabelecimentos hoteleiros, com vista a definir um referencial de qualidade em matéria de:

- atendimento inclusivo (da forma como os serviços são prestados)

– acessibilidade do meio físico (das condições materiais para a prestação do serviço) (Turismo de Portugal, s.d., em linha)

Estas preocupações têm vindo a ser plasmadas num conjunto de documentos de apoio produzidos pelo Turismo de Portugal (e.g. os guias práticos para a acessibilidade dos alojamentos turísticos ou para a animação turística²), assim como na divulgação de destinos turísticos acessíveis, tal como o caso do Programa da Praia Acessível – Praia para Todos (cf. Turismo de Portugal, 2022, em linha). A título de curiosidade, em 2022, 233 zonas balneares foram reconhecidas como acessíveis e foi-lhes atribuída a respetiva bandeira (Turismo de Portugal, 2022, em linha).

Como resultado, o valor económico associado ao turismo acessível é potencialmente significativo, não podendo ser ignorado, daí que o “desenvolvimento de produtos turísticos acessíveis promov[a] o aumento da capacidade de atração e retenção do destino e melhor[e] a sua imagem, ao associá-la a uma causa socialmente justa, válida e atual” (Devile *et al.*, 2012, pp. 628-629). Desta forma, o turismo acessível assume-se como “a central element for responsible and sustainable development policy” (Nações Unidas, em linha) e uma oportunidade de negócios única, uma vez que há mil milhões de PcDI no mundo, assim como cerca de 2 mil milhões de pessoas que são família, assistentes ou cuidadores e que não podem ser negligenciados.

Nesta linha de pensamento, a SEGUITTUR (Sociedade Estatal para a Gestão da Inovação e Tecnologia Turísticas em Espanha) (s.d., em linha) define um destino acessível como inteligente, tal como se verifica na citação que se segue:

² Cf. <http://business.turismodeportugal.pt/pt/Conhecer/estrategia-turismo/programas-iniciativas/all-for-all/Paginas/guias-praticos-sobre-acessibilidade.aspx>.

Un destino turístico **innovador**, consolidado sobre una **infraestructura tecnológica** de vanguardia, que garantiza el desarrollo **sostenible** del territorio turístico, **accesible** para todos, que facilita la interacción e integración del visitante con el entorno e incrementa la calidad de su **experiencia** en el destino y mejora la **calidad de vida** del residente. [negritos originais]

Em suma, o turismo acessível “enables all people to participate in and enjoy tourism experiences” (Nações Unidas, s.d., em linha), ao mesmo tempo que “is the ongoing endeavour to ensure tourist destinations, products and services are accessible to all people, regardless of their physical limitations, disabilities or age” (Nações Unidas, s.d., em linha). Isto implica um processo colaborativo entre os diversos agentes – parceiros, governos, agências internacionais, operadores turísticos e utilizadores finais – aos níveis local, nacional e internacional (Nações Unidas, s.d., em linha).

3. Mediação Cultural e *Media Accessibility*

Na secção anterior, enfatizámos a necessidade de o turismo se tornar mais acessível e, por isso, simultaneamente sustentável e inteligente, visando a eliminação dos obstáculos colocados às pessoas com e sem deficiência. É no contexto cultural que se sente de forma mais premente a necessidade da tradução para o acesso universal que, tal como Neves (2018, p. 426) defende, “bring[s] together translation, interpretation and accessibility, as a form of transcreation and transadaptation”, uma vez que a tradução em tudo se relaciona com tornar a comunicação acessível.

Com base no conceito das culturas de acessibilidade de Neves (2018), Rizzo (2020, p. 1) reconhece a relação indissociável entre acessibilidade e tradução, em que uma complementa a outra, para

que o processo tradutivo transforme os produtos multimédia e artísticos em acessíveis a pessoas com diferentes capacidades. Esta última autora sustenta que a tradução surge como uma força criativa que:

nourishes accessibility-oriented institutions and has become the driver of the spread of accessibility practices applied to the fostering and reassessment of cultural heritage, filmmaking, TV programmes, museum exhibitions, theatre and the stage, web videos and performances, and all the multifaceted forms and types of aesthetic discourse. (Rizzo, 2020, p. 2)

Por outro lado, Rizzo (2019, p. 94) também argumenta que a acessibilidade pode ser interpretada como potencial social que incentiva a disseminação de conhecimento e se afigura como um conceito universal que compreende os processos de tradução e interpretação na comunicação universal.

Desta forma, os tradutores devem tornar-se mediadores de acesso universal, especialistas em tradução intersemiótica e multimodal, capazes de produzir um conjunto de recursos potenciadores de experiências culturais significativas, holísticas e multissensoriais, tais como são a legendagem interlinguística, a legendagem para surdos e ensurdecidos, a audiodescrição e a linguagem simples e fácil.

O conceito de Neves encontra-se alinhado com a abordagem da Tradução Audiovisual (TAV) Acessível (designação comum no Brasil) ou *Media Accessibility* (MA), como é conhecida na Europa. A MA tem vindo a autonomizar-se da TAV nas primeiras décadas deste século, principalmente pelas mudanças paradigmáticas identificadas por Greco (2018) que enfatizam que a acessibilidade se destina a todas as pessoas com dificuldades comunicativas. As mudanças que conduziram a esta nova visão operaram-se da seguinte forma: a alteração de uma perspetiva particularista para uma universalista, de um modelo reativo para um proativo e de uma abordagem

centrada no criador e especialista para passar a ser centrada no utilizador (Greco, 2018, pp. 2011-2014). Isto significa que os recursos de acessibilidade criados no âmbito audiovisual e multimédia não têm por único e exclusivo público-alvo as PcDI, mas antes todas aquelas que num determinado momento possam ter impedimentos de natureza comunicativa. Paralelamente, em vez de os utilizadores reagirem aos produtos que lhes são apresentados, eles passam a assumir uma posição mais interventiva e participativa, culminando em processos de cocriação, como é exemplo o *accessible film-making* de Romero-Fresco (2013, 2019).

Como consequência, o tradutor como mediador de acesso universal pode desenvolver de forma concomitante as modalidades de MA propostas por Greco e Jankowska (2020). A classificação destes autores fundamenta-se na distinção entre modalidades baseadas em tradução e não baseadas em tradução que tentam refletir a complexidade da área de TAV e acompanhar o rápido desenvolvimento da tecnologia e os novos espaços que exigem acessibilidade, incluindo assim as novas competências deste mediador de acesso universal.

De acordo com Greco & Jankowska (2020, pp. 68-72), as modalidades baseadas em tradução incluem audiodescrição, áudio narração, dobragem, legendagem enriquecida, audiodescrição extensa, audiodescrição ao vivo, legendagem ao vivo, interpretação em língua gestual, legendagem, transcrição e *voice-over*, ao passo que as não baseadas em tradução compreendem introdução áudio, legendagem áudio, áudio limpo, conversão da velocidade das falas, leitura de ecrã e reproduções táteis.

Com base nesta classificação de MA, os futuros tradutores devem ser formados pelas instituições de ensino superior para desenvolverem as competências necessárias para a implementação das modalidades acima mencionadas e poderem, dessa forma, intervir nas áreas que têm vindo a gradualmente necessitar/ exigir recursos de acessibilidade. Neste sentido, assumem-se como atores incontor-

náveis na área do turismo acessível e, em particular, no contexto do património cultural.

4. Boas Práticas em Portugal

Esta secção será desenvolvida com base numa metodologia de múltiplos casos de estudo, na linha de autores como Yin (2017), Halkias e Neubert (2020) ou Halkias *et al.* (2022), ou seja, esta abordagem vai identificar fatores comuns em diferentes contextos de turismo acessível, coligir e analisar dados referentes aos casos de estudo selecionados e, por fim, retirar conclusões que permitam responder à questão principal: como tornar os espaços culturais em locais de turismo acessível?

O trabalho fundamenta-se numa amostra não probabilística e intencional de boas práticas em Portugal, duas em contexto museológico, uma ao nível do turismo no Centro de Portugal e um projeto de acessibilidade em espaços culturais em Bragança. Consiste numa análise qualitativa das forças e constrangimentos destas boas práticas que possibilitem refletir sobre a mais-valia da acessibilidade no turismo, a par da descrição dos objetivos, contexto de implementação e recursos (com o apoio de fotografias ilustrativas) destes casos de estudo.

4.1. Museu da Comunidade Concelhia da Batalha

O primeiro caso é o Museu da Comunidade Concelhia da Batalha (MCCB), com a participação da investigadora Josélia Neves.

O MCCB abriu ao público em 2009, na cidade da Batalha, a cerca de 100km de Lisboa. Resultou de um projeto coordenado pela Câmara Municipal da Batalha que pretendia criar um espaço onde a história da comunidade pudesse ser descoberta sem que os

seguintes aspetos fossem negligenciados: o acesso físico, a mobilidade, o conforto, a segurança, a autonomia, a multimodalidade, a continuidade e a criatividade (cf. página oficial do MCCB)³. Tal como mencionado acima, a investigadora Josélia Neves foi a responsável pelo desenho e gestão da acessibilidade do museu, assumindo um papel particularmente importante no desenvolvimento das soluções inclusivas disponibilizadas.

Atente-se nos recursos que se encontram listados na página oficial do MCCB:

Pessoas com baixa mobilidade: estacionamento reservado em frente ao museu; rebaixamento de ressaltos e barreiras arquitetónicas; mobiliário ergonómico e com alturas adaptadas a cadeiras de rodas; elevador; zonas de descanso; WC adaptado.

Pessoas com deficiência e incapacidade visual: iluminação direcionada; trilho direcional (também designado piso (podo)tátil); sinalética em braille; postos multimédia com informação ampliada, alto-contraste e leitura de ecrã; material impresso em letra ampliada, em braille e alto-relevo; filmes com legendas ampliadas; experiências táteis (réplicas, maquetas, objetos para tocar); audioguia com audiodescrição (em português), espaço cão-guia.

Pessoas com deficiência e incapacidade auditiva: videoguia em Língua Gestual Portuguesa; videoguia textual; textos impressos em escrita fácil; espaço cão assistente de pessoas S/surdas; filmes legendados.

Pessoas com deficiência e incapacidade intelectual: textos em escrita fácil; textos com apoio pictográfico; jogos e atividades de exploração; experiências táteis (réplicas, maquetas, objetos para tocar); visitas guiadas.

³ <https://www.museubatalha.com/> – acedido a 3 de agosto.

Para além destes recursos para PcDI, o museu oferece ainda atividades e recursos para crianças e visitantes estrangeiros, com a disponibilização de informação em castelhano e inglês.

Nas diversas visitas realizadas ao MCCB, foi possível comprovar que a mais-valia deste museu reside no facto de se poder tocar em determinadas peças originais e em réplicas, assim como no facto de o espaço estar devidamente mediado ao nível de textos escritos, de textos em formato áudio e vídeo.

Relativamente às peças que podem ser tocadas, destacam-se a planta tátil do museu (Figura 1), um bloco de calcário com inscrições (Figura 2), um conjunto de crânios humanos com o respetivo alto-relevo (Figura 3), o sistema de pesos e medidas (Figura 4) e a maquete do Mosteiro da Batalha (Figura 5).



Figura 1. Planta tátil na entrada do MCCB



Figura 2. Bloco de calcário para tocar⁴

⁴ Figuras 1 e 2 retiradas da Galeria de fotos do MCCB: [https://www.museu-batalha.com/recursos-de-acessibilidade-solucoes-inclusivas#prettyPhoto\[gal631de3da7d02a\]/4/](https://www.museu-batalha.com/recursos-de-acessibilidade-solucoes-inclusivas#prettyPhoto[gal631de3da7d02a]/4/).



Figura 3. Três crânios humanos para toque e altos relevos (Maria Isabel Roque, 2018)⁵



Figura 4. Réplica de uma peça do sistema de pesos e medidas de D. Manuel II⁶



Figura 5. Maquete do Mosteiro da Batalha (Maria Isabel Roque, 2018)⁷

Pelas razões apresentadas, o MCCB recebeu inúmeros reconhecimentos nacionais e internacionais⁸: o Melhor Museu do Ano de 2012, pela Associação Portuguesa de Museologia (APOM); o *Kenneth Hudson Award* do Fórum Europeu de Museus, em 2013; o prémio da Acesso Cultura, em 2014; a Menção Honrosa do prémio “Concelho mais Acessível em Portugal” (na categoria Lazer/ Património/

⁵ Foto recuperada de: <https://amusearte.hypotheses.org/2344>.

⁶ Foto retirada de: <http://www.patrimoniocultural.gov.pt/pt/museus-e-monumentos/rede-portuguesa/m/museu-da-comunidade-concelhia-da-batalha/>.

⁷ Foto recuperada de: <https://amusearte.hypotheses.org/2344>.

⁸ Informação recuperada de: <https://www.museubatalha.com/pt/noticias-noticias-mccb>.

Turismo) do Instituto Nacional para a Reabilitação, I.P., em 2014; uma Menção Honrosa para duas exposições no VIII Prémio Ibero-Americano de Educação e Museus, em 2017; a Menção Especial da APOM, em 2020; o prémio da APOM, em 2022. Paralelamente, em 2017, o MCCB foi integrado na Rede Portuguesa de Museus, da Direção Geral do Património Cultural.

A grande força do MCCB consiste na multiplicidade de recursos direcionados para visitantes com diferentes capacidades que materializa a preocupação inicial de se apresentar como um museu para todos. A Figura 6 retirada da página oficial do MCCB – Soluções Inclusivas – mostra a abrangência da sua abordagem inclusiva.

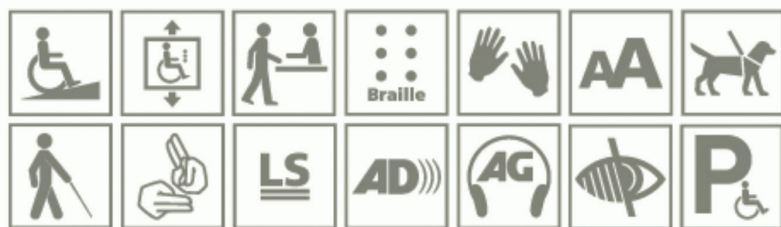


Figura 6. Captura de ecrã da simbologia dos recursos acessíveis do MCCB

Não se identificam constrangimentos no MCCB, exceto o facto de se encontrar afastado dos centros urbanos principais, o que pode afetar a deslocação dos visitantes. Por outro lado, este mesmo afastamento pode também apresentar-se como uma força, por contribuir para a descentralização da cultura e turismo acessíveis.

Retomando a proposta de Dodd e Sandell (1998) relativa às dimensões de acessibilidade, considera-se que o MCCB investiu e conseguiu oferecer recursos que consubstanciam uma sólida acessibilidade física, sensorial, intelectual, cultural e informativa, apresentando-se assim como um museu único e exemplar em termos de inclusão em Portugal.

4.2. Museu Nacional do Azulejo

Segundo a página oficial da Direção Geral do Património Cultural (s.d., em linha)⁹, o Museu Nacional do Azulejo (MNAz) foi criado em 1956, mas só se tornou museu em 1980. Está instalado no antigo Convento da Madre de Deus que data do início do século XVI. Nesta mesma página, encontram-se elencados os recursos de acessibilidade disponibilizados pelo MNAz: cadeira de rodas, elevador e rampas; audioguias com audiodescrição em português e inglês; videoguias em LGP e Sistema de Signos Internacional; e 17 réplicas em relevo com legendagem em braille.

De acordo com a página oficial do Turismo Portugal (2020, em linha), estes recursos de acessibilidade foram desenvolvidos no âmbito de um projeto designado “Tesouros ao Alcance de Todos”, promovido pelo Instituto Português dos Museus e pelo MNAz, com o mecenato da Fundação Millenium BCP (cf. Ricardo Shimosakai, 2013, em linha¹⁰). O nome decorre do processo de seleção das peças mais relevantes da coleção do MNAz (i.e. tesouros) que foram trabalhadas para passarem a ser acessíveis a públicos com cegueira e surdez.

As Figuras 7 a 9 ilustram alguns dos recursos disponíveis no MNAz. Mais recentemente, a informação integrada nos equipamentos físicos foi transferida para uma *app* (ver Figura 10).

⁹ Usou-se a página do Património Cultural, uma vez que a página oficial do MNAz não se encontra em funcionamento, na altura da realização deste trabalho.

¹⁰ Sugere-se o visionamento de um vídeo informativo em: <https://ricardoshimosakai.com.br/projeto-tesouros-ao-alcance-de-todos-proporciona-acessibilidade-no-museu-nacional-do-azulejo/>.



Figura 7. Plinto com materiais para toque e legendagem em braille¹¹

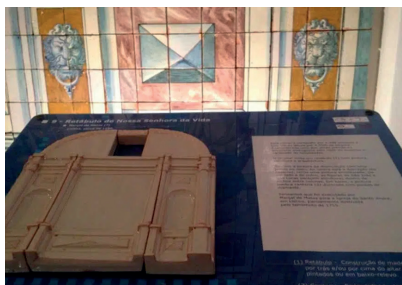


Figura 8. Fachada para toque¹²



Figura 9. Plinto com maquete e relevos¹³



Figura 10. Captura de ecrã de app do MNAz¹⁴

Com base na colaboração entre parceiros e o mecenato já referido, o MNAz conseguiu dotar-se de um conjunto de recursos acessíveis que lhe permitem apresentar-se como uma referência em Portugal, em termos de acessibilidade física, informativa, cultural e sensorial (cf. Dodd & Sandell, 1998).

Quanto aos constrangimentos, não se identificaram no MNAz recursos no âmbito da acessibilidade intelectual, para além do facto de o museu estar situado numa zona de Lisboa que não é servida pelo metro e de as entradas serem algo dispendiosas.

¹¹ Foto retirada de: <https://accessibleportugal.com/galeria-de-imagens/>.

¹² Foto recuperada de: <https://ricardoshimosakai.com.br/projeto-tesouros-ao-alcance-de-todos-proporciona-acessibilidade-no-museu-nacional-do-azulejo/>.

¹³ Foto retirada de: <https://irisinclusiva.pt/305>.

¹⁴ Foto recuperada de: <http://realizasom.com/pt/projetos/museus/app-no-museu-nacional-do-azulejo>.

4.3. AccessTur

O projeto AccessTUR – Centro de Portugal pretende promover o turismo acessível e a inclusão social e foi dinamizado pela Accessible Portugal que se apresenta como uma associação privada sem fins lucrativos. Tal como está patente na sua página oficial, os seus objetivos prendem-se com:

1. Qualificação da oferta turística; 2. Qualificação da procura turística; 3. Desmistificação dos preconceitos e estereótipos sobre as pessoas com deficiência ou algum tipo de característica diferenciadora/ necessidades especiais; 4. Desenvolvimento do potencial turístico da Região Centro.

Nesta abordagem de incentivo do turismo acessível, a AccessTUR teve o apoio do Turismo do Centro e das sete Comunidades Intermunicipais (CIM) do Centro de Portugal, a saber, CIM Aveiro, CIM Beira Baixa, CIM Beiras e Serra da Estrela, CIM Coimbra, CIM Oeste, CIM Médio Tejo e CIM Viseu Dão Lafões (cf. Figura 11).

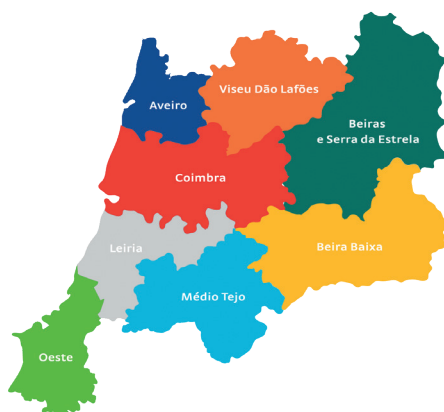


Figura 11. Mapa das CIM do Centro de Portugal¹⁵

¹⁵ Captura de ecrã retirada de <https://accessibleportugal.com/accesstur/>.

Cada uma destas comunidades é composta por um número variável de concelhos num total de 90, que disponibilizam os seguintes recursos: uma brochura em “escrita simplificada”¹⁶, letra ampliada e braille; materiais em relevo bidimensional acompanhados de um guia para leitura tátil; uma placa com uma imagem, um texto, braille e impressão 2-D; um ficheiro áudio com AD e um vídeo com LGP (mas sem legendagem).

Veja-se a apresentação dos recursos relativos à CIM de Coimbra (cf. Figuras 12 e 13), especificamente ao concelho de Mortágua.

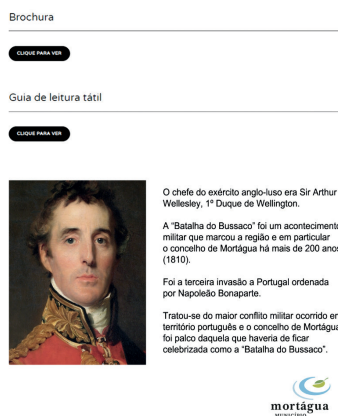


Figura 12. Captura de ecrã da brochura, guia e placa

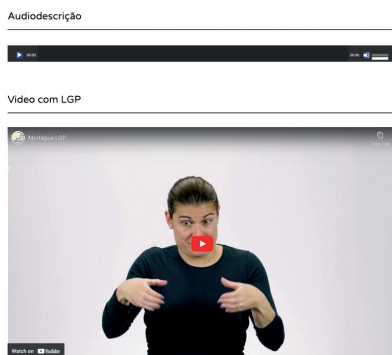


Figura 13. Captura de ecrã do ficheiro de audiodescrição e do vídeo em LGP¹⁷

A grande vantagem destes recursos reside não só no facto de abrangerem os três principais grupos de PcDI, mas também de estarem totalmente disponíveis em linha. De acordo com a página oficial da Accessible Portugal, encontram-se em desenvolvimento mais

¹⁶ A discussão desta designação, assim como das opções lexicais, sintáticas e textuais tomadas, foi alvo de um outro trabalho (no prelo).

¹⁷ As Figuras 12 e 13 foram retiradas de: <https://accessibleportugal.com/coimbra-cim/mortagua/>.

dois projetos similares: Algarve for All (para a região do Algarve) e InclusivTUR (para a região do Alentejo Central).

Assim, este projeto turístico cumpre com os requisitos da acessibilidade sensorial, intelectual e informativa. No entanto, não se compreende onde o *kit* multiformato se encontra disponível (para além de estar em linha), nem na página do AccessTUR nem no vídeo de apresentação dos *kits*.

4.4. Cultura para Todos Bragança

O “Cultura para Todos Bragança” é um projeto da Câmara Municipal de Bragança (CMB), com apoio do Fundo Social Europeu (NORTE-07-4230-FSE-000058), que se encontra a ser implementado na cidade de Bragança, no nordeste de Portugal, por uma equipa científica do Instituto Politécnico de Bragança¹⁸.

Este projeto inclui 7 ações distintas: 1) diagnóstico das condições de acessibilidade dos equipamentos culturais da CMB¹⁹ que são alvo deste projeto, assim como a caracterização da população com deficiência e incapacidade residente na Comunidade Intermunicipal de Trás-os-Montes (isto é, Alfândega da Fé, Bragança, Macedo de Cavaleiros, Miranda do Douro, Mirandela, Mogadouro, Vila Flor, Vimioso e Vinhais); 2) desenvolvimento de recursos para PcDI auditiva; 3) desenvolvimento de recursos para PcDI intelectual; 4) desenvolvimento de recursos para PcDI visual; 5) adaptação de es-

¹⁸ A equipa inclui cinco professores de três escolas do IPB, a saber: Cláudia Martins (coordenadora), Ana Raquel Prada, Eugénia Mendes, João Rocha e Jorge Santos. A par desta, contamos com mais 8 elementos, 4 dos quais com deficiência e incapacidade, i.e., André Pinho, Filipa Vaz, José Luís de Castro, Lénira do Rosário, Marisa Afonso, Marta Ochoa, Mónica Santos e Sandra Martins.

¹⁹ A saber: Centro de Arte Contemporânea Graça Morais, Centro de Fotografia Georges Dussaud, Museu Ibérico da Máscara e do Traje, Museu Nacional Ferroviário de Bragança e Teatro Municipal de Bragança.

petáculos ao vivo para PcDI; 6) produção de materiais 3D, réplicas e maquetes; 7) comunicação e disseminação do projeto.

Quanto ao objetivo principal do “Cultura para Todos Bragança”, este reside em dotar os cinco equipamentos culturais da CMB dos recursos necessários para se tornarem em espaços acessíveis para PcDI auditiva, intelectual e visual. Para que este objetivo possa ser cumprido, os seguintes recursos estão em processo de desenvolvimento para as exposições temporárias e permanentes nestes equipamentos, assim como para os espetáculos no teatro: textos escritos e em formato áudio em linguagem fácil; vídeos de divulgação em linguagem fácil, com legendagem para surdos e ensurdecidos, audiodescrição e tradução em LGP²⁰; visitas com audiodescrição, em *braille* e em letra ampliada; plantas táteis, réplicas e maquetes; audiodescrição, legendagem e interpretação em LGP ao vivo no teatro.

Estes recursos estão a ser desenvolvidos com base numa metodologia participativa e de cocriação, ou seja, as PcDI que integram a equipa e outros colaboradores das instituições parceiras e da comunidade local colaboram connosco na criação dos textos que acompanham as visitas para as exposições em causa, em situação de igualdade. Os textos são construídos de forma conjunta, em constante discussão e negociação dos conteúdos e da abordagem a seguir. Este processo surge não só como um processo tipicamente de investigação-ação, como também iterativo, ou seja, a reflexão sobre uma primeira fase de intervenção conduz a novos planeamentos, novas intervenções e novas reflexões que potenciam a melhoria do processo de investigação.

Com base nas dimensões de acessibilidade de Dodd e Sandell (1998), o acesso à tomada de decisões encontra-se assegurado nesta metodologia participativa e cocriativa. Na sequência dos diagnós-

²⁰ Disponíveis no canal de Youtube do “Cultura para Todos Bragança”: https://www.youtube.com/channel/UCqfYycxrhYTV5gzz_pUB9fg.

ticos das condições de acessibilidade desenvolvidos para os cinco equipamentos culturais, foi identificado um conjunto de recomendações referentes à acessibilidade física, uma das quais conducente à aquisição de uma cadeira de rodas e de rampas amovíveis para os equipamentos. Para além disso, a criação dos recursos acima elencados abrange a acessibilidade sensorial (visual e auditiva), assim como a intelectual, potenciando então uma acessibilidade informativa mais abrangente e, em última instância, o acesso cultural. Por fim, como resultado do nosso diagnóstico, irá desenvolver-se uma série de ações de formação curtas que preparem as equipas destes equipamentos para a receção e orientação dos visitantes com deficiência e incapacidade, investindo-se assim na acessibilidade emocional.

Estas questões assumem-se como traços distintivos deste projeto de acessibilidade, a ser concluído até junho de 2023, que culmina não só na fusão dos vários recursos e abordagens apresentados nos três casos de boas práticas nesta secção, mas também naqueles que espontaneamente vão surgindo das aplicações práticas *in loco*.

5. Considerações finais

A proclamação da DUDH, em 1948, criou um contexto favorável para a discussão e defesa dos direitos humanos. Contudo, não se pode negligenciar o papel que a cultura e o lazer, em última instância, exercem sobre todos os seres humanos independentemente das suas capacidades, idade, origem geográfica, instrução e quaisquer outras diferenças.

Ao longo das décadas, foram-se gradualmente desenvolvendo práticas acessíveis para PcDI, que potencialmente servem interesses e necessidades comunicativos de outros públicos (cf. Greco, 2018). A acessibilidade disponibilizada em espaços culturais valoriza

um produto turístico e potencia o turismo acessível, um nicho de mercado que, segundo as Nações Unidas (s.d.), compreende aproximadamente 3 mil milhões de pessoas.

A oferta turística acessível exige recursos humanos competentes e capazes, entre os quais se encontram os tradutores de acesso universal, na linha do que é defendido por Neves (2018). O novo estatuto deste profissional ultrapassa as fronteiras convencionais do tradutor como responsável pela transferência linguística; este deve abraçar a prestação de novos serviços, tais como a legendagem para surdos e ensurdecidos, a audiodescrição ou a linguagem simples e fácil, para além de outras atividades que não se encontram tradicionalmente relacionadas com a tradução (cf. Greco & Jankowska, 2020).

Para ilustrar a forma como o tradutor de acesso universal pode intervir na acessibilidade em espaços culturais, selecionaram-se exemplos de boas práticas em Portugal, com base numa metodologia de múltiplos casos de estudo, a saber: o MCCB, o MNAz, o AccessTUR e o “Cultura para Todos Bragança”. A descrição e análise crítica dos recursos disponibilizados no âmbito destes exemplos demonstram a abrangência da intervenção do tradutor do século XXI e como este deve estar preparado, e adequadamente formado, para estes novos contextos.

Por fim, considera-se que para os espaços culturais se tornarem acessíveis devem investir na oferta de uma multiplicidade de recursos que potenciem a comunicação ao nível sensorial, intelectual e informativo. Paralelamente, estes recursos devem estar enquadrados em instituições sem obstáculos físicos, financeiros ou emocionais e, por isso, é preciso que as entradas sejam acessíveis em termos financeiros e que a equipa esteja preparada para receber de forma adequada os visitantes com diferentes capacidades. Somente com esta amplitude de investimento em acessibilidade é que os espaços culturais podem ser considerados como fazendo parte da oferta turística acessível de uma região.

Bibliografia

- Accessible Portugal. (s.d.). *AccessTUR – Centro de Portugal*. Disponível em: <https://accessibleportugal.com/accesstur/>
- Accessible Portugal. (s.d.). *Galeria de fotos*. Disponível em: <https://accessibleportugal.com/galeria-de-imagens/>
- Chazaud, P. (1997). Audio-guide et marketing de la visite touristique. In M. Filser & D. Bourgeon-Renault (Eds.), *Marketing des Activites Culturelles, Touristiques et de Loisirs – Actes de la 1ère Journée de Recherche en Marketing de Bourgogne* (pp. 80-91). Dijon: Crego & IAE.
- Deville, E. L., Garcia, A., Carvalho, F. & Neves, J. (2012). Turismo Acessível em Portugal – Estudo de casos de boas práticas. *Revista Turismo e Desenvolvimento*, 17/18, 625-638.
- Deville, E. L., Kastenholz, E. & Santiago, R. A. (2010). Inibidores à participação das pessoas com deficiências nas actividades turísticas. *Turismo acessível, estudos e experiências* (pp. 35-50). Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/243963325_Inibidores__participao_das_pessoas_com_deficincia_nas_actividades_tursticas
- Deville, E. L., Jesus, F. & Cruz, A. (2011). O desenvolvimento de turismo acessível na Lousã: perspectivas dos agentes locais do sector do Turismo. *Book of Proceedings of the International Conference on Tourism and Management Studies* (pp. 529-539). Algarve.
- Direção Geral do Património Cultural. (s.d.). *Museu do Azulejo*. Disponível em: <http://www.patrimoniocultural.gov.pt/pt/museus-e-monumentos/rede-portuguesa/m/museu-nacional-do-azulejo/>
- Dodd, J. & Sandell, R. (1998). *Building Bridges: Guidance for museums and galleries to develop new audiences*. Londres: Museums and Galleries Commission.
- Greco, G. M. & Jankowska, A. (2020). Media Accessibility Within and Beyond Audiovisual Translation. In L. Bogucki & M. Deckert (Ed.), *The Palgrave Handbook of Audiovisual Translation and Media Accessibility* (pp. 57-81). Macmillan.
- Greco, G. M. (2018). The nature of accessibility studies. *Journal of Audiovisual Translation*, 1(1), 205-232.
- Halkias, D., & Neubert, M. (2020). Extension of theory in leadership and management studies using the multiple-case study design. *International Leadership Journal*, 12(2), 48-73.
- Halkias, D. et al. (2022). The Multiple Case Study Design: Methodology and Application for Management Education. Routledge.
- Íris Inclusiva. (s.d.). *Apresentação do projecto “Tesouro do museu nacional do azulejo ao alcance de todos”*. *Galeria de Fotografias*. Disponível em: <https://irisinclusiva.pt/305>
- Jakobson, R. (1959[2000]). On linguistic aspects of translation. In L. Venuti (Ed.), *The Translation Studies Reader* (pp. 113-118). Londres/ Nova Iorque: Routledge.
- Leão, A. C., Neves, I., Coutinho, J. F. & Neto, L. (2019). *Declaração Universal dos Direitos Humanos. Convenção Europeia dos Direitos Humanos – Anotações Pelos Estudantes da Faculdade de Direito da Universidade do Porto*. Porto e FDUP.

- Disponível em: https://sigarra.up.pt/fdup/en/pub_geral.pub_view?pi_pub_base_id=333525
- Middleton, V. T. & Hawkins, R. (1998). *Sustainable tourism: a marketing perspective*. Oxford: Butterworth/ Heinemann.
- Museu da Comunidade Concelhia da Batalha. (2020). *Soluções Inclusivas*. Disponível em: <https://www.museubatalha.com/pt/recursos-de-acessibilidade-solucoes-inclusivas>
- Nações Unidas. (1948). *Declaração Universal dos Direitos Humanos*. Disponível em: <https://dre.pt/dre/geral/legislacao-relevante/declaracao-universal-direitos-humanos>
- Nações Unidas. (2001). *Declaração Universal sobre a Diversidade Cultural*. Disponível em: <https://gddc.ministeriopublico.pt/sites/default/files/decl-diversidadecultural.pdf>
- Nações Unidas. (s.d.). *Promoting accessible tourism for all*. Disponível em: <https://www.un.org/development/desa/disabilities/issues/promoting-accessible-tourism-for-all.html>
- Neves, J. (2018). Cultures of Accessibility. Translation making cultural heritage in museums accessible to people of all abilities. In S. Harding & O. Carbonell Cortés (Eds.), *The Routledge Handbook of Translation and Culture* (pp. 415-430). Londres/ Nova Iorque: Routledge.
- Organização das Nações Unidas (ONU). (2007). *Convenção sobre os Direitos das Pessoas com Deficiências*. Disponível em: <http://www.inr.pt/download.php?file name=Conven%26ccedil%3B%26atilde%3Bo+sobre+os+Direitos+das+Pessoas+com+Defici%26circ%3Bncia&file=%2Fuploads%2Fdocs%2Fdireitosfundamentais%2Fconvencao%2FConvTxtOfPort.pdf>
- Património Cultural. (2022). *Museu da Comunidade Concelhia da Batalha*. Disponível em: <http://www.patrimoniocultural.gov.pt/pt/museus-e-monumentos/rede-portuguesa/m/museu-da-comunidade-concelhia-da-batalha/>
- Portugal. (2005). *Constituição da República Portuguesa*. Disponível em: <https://www.parlamento.pt/Legislacao/Paginas/ConstituicaoRepublicaPortuguesa.aspx>
- Portugal. (2009). *Convenção sobre os Direitos das Pessoas com Deficiência*. Diário da República I, n.º 146, de 30/07/2009 (Resolução da Assembleia da República n.º 56/2009). Disponível em: https://gddc.ministeriopublico.pt/sites/default/files/documentos/instrumentos/pessoas_deficiencia_convencao_sobre_direitos_pessoas_com_deficiencia.pdf
- Realizasm. (s.d.). *APP no Museu Nacional do Azulejo*. Disponível em: <http://realizasm.com/pt/projetos/museus/app-no-museu-nacional-do-azulejo>
- Rizzo, A. (2019). Museums as disseminators of niche knowledge: Universality in accessibility for all. *Journal of Audiovisual Translation*, 2(2), 92-136.
- Rizzo, A. (2020). Introduction. The value of accessibility in the cultural and creative industries Translation-driven settings. *Bridge: Trends and Traditions in Translation and Interpreting Studies*, 1, 1-13.
- Romero-Fresco, P. (2013). Accessible Filmmaking: Joining the Dots between Audiovisual Translation, Accessibility and Filmmaking. *The Journal of Specialised Translation*, 20, 201-223.
- Romero-Fresco, P. (2018). In support of a wide notion of media accessibility: Access to content and access to creation. *Journal of Audiovisual Translation*, 1(1), 187-204.

- Romero-Fresco, P. (2019). *Accessible Filmmaking: Integrating Translation and Accessibility into the Filmmaking Process*. Londres: Routledge.
- Roque, I. (2018). Um museu ao alcance de Todos. *A.MUSE.ARTE – um espaço de reflexão em torno da arte e dos museus*. Disponível em: <https://amusearte.hypotheses.org/2344>
- Sasaki, K. R. (2005). Inclusão: o paradigma do século 21. *Inclusão – Revista de Educação Especial*, 19-23. Disponível em: <http://portal.mec.gov.br/seesp/arquivos/pdf/revistainclusao1.pdf>
- SEGITTUR. (s.d.). *Destinos Turísticos Inteligentes*. Disponível em: <https://www.segittur.es/destinos-turisticos-inteligentes/proyectos-destinos/destinos-turisticos-inteligentes/>
- Shimosakai, R. (2013). *Projeto “Tesouros ao Alcance de Todos” proporciona acessibilidade no Museu Nacional do Azulejo*. Disponível em: <https://ricardoshimosakai.com.br/projeto-tesouros-ao-alcance-de-todos-proporciona-acessibilidade-no-museu-nacional-do-azulejo/>
- Silva, T. P & Costa, R. de K. (2018). Turismo acessível: inclusão social, acessibilidade e cidadania. *TURyDES – Revista Turismo y Desarrollo local*, 11(25), 1-13.
- Turismo de Portugal. (2020). *Museu Nacional do Azulejo*. Disponível em: http://business.turismodeportugal.pt/pt/crescer/Historias_Sucesso/Paginas/museu-do-azulejo.aspx
- Turismo de Portugal. (2022). *Praia Acessível – Praia para Todos*. Disponível em: <http://business.turismodeportugal.pt/pt/Gerir/reconhecimento-externo/premios-distintos/Paginas/prai-a-acessivel-prai-a-para-todos.aspx>
- Turismo de Portugal. (2022). *Turismo Acessível*. Disponível em: <https://business.turismodeportugal.pt/pt/listas-conteudos-tema/paginas/turismo-acessivel.aspx/>
- Turismo de Portugal. (s.d.). *Norma Portuguesa 4523 – Turismo Acessível em Estabelecimentos Hoteleiros*. Disponível em: <http://business.turismodeportugal.pt/pt/Gerir/reconhecimento-externo/normas-qualidade/Paginas/NP-4523-turismo-acessivel-em-estabelecimentos-hoteleiros.aspx>
- União Europeia. (2010). *Convenção Europeia dos Direitos do Homem*. Disponível em: https://gddc.ministeriopublico.pt/sites/default/files/convention_por.pdf
- União Europeia. (2018). *Diretiva Serviços de Comunicação Social Audiovisual 2018/1808*. Disponível em: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/PDF/?uri=CELEX:32018L1808&from=PT>
- UNWTO – United Nations World Tourism Organization. (2014). *San Marino Declaration Calls for Universal Accessibility in Tourism*. Disponível em: <https://www.unwto.org/archive/europe/press-release/2014-12-03/san-marino-declaration-calls-universal-accessibility-tourism>
- Yin, R. K. (2017). *Case Study Research: Design and Methods*. Sage Publications.