

Universidade do Minho  
Instituto de Letras e Ciências Humanas

Sara Catarina Ribeiro Fernandes

**Guimarães enquanto destino cultural:** o papel  
dos postos de turismo





**Universidade do Minho**

Instituto de Letras e Ciências Humanas

Sara Catarina Ribeiro Fernandes

**Guimarães enquanto destino cultural: o**  
papel dos postos de turismo

Relatório de Estágio

Mestrado em Tradução e Comunicação Multilingue

Trabalho efetuado sob a orientação da

**Professora Doutora Maria Silva**

**Doutora Mafalda Pizarro**

dezembro 2021

## **DIREITOS DE AUTOR E CONDIÇÕES DE UTILIZAÇÃO DO TRABALHO POR TERCEIROS**

Este é um trabalho académico que pode ser utilizado por terceiros desde que respeitadas as regras e boas práticas internacionalmente aceites, no que concerne aos direitos de autor e direitos conexos.

Assim, o presente trabalho pode ser utilizado nos termos previstos na licença abaixo indicada.

Caso o utilizador necessite de permissão para poder fazer um uso do trabalho em condições não previstas no licenciamento indicado, deverá contactar o autor, através do RepositóriUM da Universidade do Minho.



**Atribuição-NãoComercial**  
**CC BY-NC**

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>

## Agradecimentos

À Divisão de Turismo do Município de Guimarães e a todos os trabalhadores do Posto de Turismo que me acolheram calorosamente e partilharam comigo todo o seu conhecimento.

A todos os professores do ILCH que me orientarem durante o meu percurso e permitiram terminar com sucesso esta jornada.

Às minhas orientadoras, essenciais neste processo, de quem guardo os ensinamentos e palavras de coragem e apoio:

À Doutora Mafalda, que me acolheu na sua casa e me ofereceu apoio e orientação constantes nos meus dias de estágio;

À Professora Marie, sempre presente, atenta e disponível para ajudar em todas as ocasiões e responder às questões e dúvidas (que foram muitas).

Ao Professor Jorge que aceitou o desafio de ler as minhas palavras e, sempre com disponibilidade e atenção, me orientou também nesta jornada.

A todos os colegas que caminharam ao meu lado e a todos os amigos que fiz neste caminho e de quem levo memórias inesquecíveis.

## **DECLARAÇÃO DE INTEGRIDADE**

Declaro ter atuado com integridade na elaboração do presente trabalho académico e confirmo que não recorri à prática de plágio nem a qualquer forma de utilização indevida ou falsificação de informações ou resultados em nenhuma das etapas conducente à sua elaboração.

Mais declaro que conheço e que respeitei o Código de Conduta Ética da Universidade do Minho.

## Resumo

Este relatório decorre do estágio curricular realizado no âmbito do Mestrado em Tradução e Comunicação Multilíngue, realizado no Posto de Turismo de Guimarães. Tem como objetivo principal contextualizar e analisar dinâmicas de promoção do turismo cultural, na cidade de Guimarães, do ponto de vista do papel e tarefas dos seus Postos de Turismo.

Neste contexto, pretendo examinar a função desempenhada pelos Postos de Turismo ou Postos de Informação Turística, essencial na organização e desenvolvimento de iniciativas e na divulgação de informação junto dos visitantes, assim como descrever e analisar as tarefas que me foram atribuídas, desde o atendimento direto ao visitante, recolha de dados estatísticos, e visitas guiadas, até à tradução de textos desenvolvidos para a entidade.

Este trabalho também dará conta da criação e desenvolvimento do desenho de produto turístico, “Ver Guimarães Sentado”, maioritariamente realizado em regime de teletrabalho, devido às condições impostas pela COVID-19. Este projeto mobilizou as áreas de conhecimento ligadas tanto às línguas como ao turismo e permitiu-me operacionalizar competências aplicadas e/ou adquiridas ao longo do estágio.

**Palavras-chave:** Guimarães, Posto de Turismo, Projeto Turístico, Turismo Cultural

## Abstract

This report follows the curricular internship in Guimarães' Tourist Information Office in the scope of the Masters in Tradução e Comunicação Multilíngue. Its main goal is to contextualize and analyse the dynamics of promotion of cultural tourism in the city of Guimarães from the point of view of the Tourism Office's role and tasks.

In this context, I will examine the job done by the Touristic Information Offices or Tourism Offices, vital in the organisation and development of initiatives and in the diffusion of information to the visitors, as well as describe and analyse the tasks attributed to me, from customer services, gathering of statistic data, and guided tours, to the translation of texts developed for the entity.

This report will also cover the creation and development of the structure of a touristic product, the project "Ver Guimarães Sentado", accomplished mainly over telework, due to the conditions imposed by COVID-19. This project touched the areas of knowledge connected to languages as well as tourism and allowed me to practice skills applied and/or acquired during the internship.

**Key words:** Cultural Tourism, Guimarães, Tourist Information Office, Touristic Project



# Índice

Agradecimentos.....	iii
Resumo.....	v
Abstract.....	vi
Índice de figuras.....	viii
Índice de tabelas.....	ix
Índice de anexos.....	ix
Introdução.....	10
Parte I – Enquadramento Teórico.....	12
1. Turismo e Cultura.....	12
1.1. Definições de Cultura e Turismo.....	12
1.2. Turismo Cultural.....	14
2. Turismo em Guimarães.....	17
2.1. Contextualização e Evolução.....	17
2.2. Caracterização do turismo (dados estatísticos).....	19
3. O papel dos Postos de Turismo.....	23
Parte II – O estágio curricular.....	25
1. A escolha do estágio.....	25
2. A instituição acolhedora.....	25
3. Estágio – Organização e Funcionamento.....	28
3.1. Plano de Estágio, Cronograma e Objetivos.....	28
3.2. Interrupção devido à COVID-19.....	30
Parte III – As tarefas realizadas.....	31
1. Breve Enquadramento.....	31
2. Funções e Tarefas.....	32
2.1. Atendimento ao turista.....	32

2.1.1. Materiais .....	33
2.2. Tradução .....	35
2.2.1. Metodologia e Ferramentas.....	35
2.2.2. Os textos .....	38
2.2.3. Análise das traduções – dificuldades e soluções.....	58
2.3. Projeto turístico.....	65
2.4. Outras atividades .....	72
Conclusões.....	75
Bibliografia .....	77
Anexos .....	79

## Índice de figuras

Figura 1 - Tipos de turismo segundo o objetivo do turista .....	15
Figura 2 - Tipos de Turista Cultural .....	16
Figura 3 - Evolução dos estabelecimentos e alojamento em Guimarães em 2008 e 2013 .....	18
Figura 4 - Motivações dos visitantes antes e depois da Capital Europeia da Cultura 2012 .....	18
Figura 5 - Afluência turística de Guimarães entre 2013 e 2019 .....	19
Figura 6 - Sazonalidade turística anual entre 2013 e 2019.....	20
Figura 7 - Visitantes de Guimarães por nacionalidade em 2019.....	21
Figura 8 - Principais motivações dos visitantes de Guimarães .....	22
Figura 9 - Afluência aos Postos de Turismo de Guimarães em junho de 2020.....	23
Figura 10 - Representação da estrutura orgânica Municipal de Guimarães (destacadas as áreas correspondentes à Divisão de Turismo).....	26
Figura 11 - Legenda do mapa de Guimarães, distribuído aos visitantes.....	33
Figura 12 - Exemplo de escala de Likert em francês .....	60
Figura 13 – Mapa do percurso - projeto Ver Guimarães Sentado .....	68
Figura 14 - Fotografias dos "assentos" - projeto Ver Guimarães Sentado.....	69
Figura 15 - O visitante de Guimarães por faixa etária (Marques, 2016) .....	69

## Índice de tabelas

Tabela 1 - Inquérito - O perfil do turista que visita Guimarães .....	43
Tabela 2 - Questionário - As perceções dos visitantes, tradução para inglês e francês .....	47
Tabela 3 - Brochura - Guimarães, cidade de congressos e eventos, tradução para inglês .....	55
Tabela 4 - Inquérito - Satisfação Turismo, tradução para inglês e francês.....	57
Tabela 5 - Tradução de escala de concordância (exemplo), excerto do Questionário – As perceções dos visitantes .....	60
Tabela 6 - Tradução de habilitações académicas, excerto do Inquérito - Perfil do turista que visita Guimarães.....	61
Tabela 7 - Tradução de nomes próprios (exemplo), excerto do texto Guimarães, cidade de congressos e eventos .....	63
Tabela 8 - Tradução de nomes próprios (exemplo2), excerto do texto Guimarães, cidade de congressos e eventos .....	63
Tabela 9 - Tradução de designações de espaços/salas, excerto do texto Guimarães, cidade de congressos e eventos .....	64
Tabela 10 - Tradução de disposição da sala, excerto do texto Guimarães, cidade de congressos e eventos .....	65

## Índice de anexos

Anexo 1 - Declaração comprovativa de estágio curricular .....	79
Anexo 2 - Plano de estágio (pré alteração devido à COVID-19) .....	80
Anexo 3 - Principais materiais distribuídos aos visitantes (Guia da Cidade e Mapa de Guimarães) .....	81
Anexo 4 - Capa e recortes do Peddy Paper "À descoberta do Centro Histórico".....	82
Anexo 5 - Projeto turístico VER GUIMARÃES SENTADO .....	83

## Introdução

O presente relatório insere-se no Mestrado de Tradução e Comunicação Multilingue e tem como finalidade principal apresentar o estágio curricular concretizado no âmbito do mestrado, assim como as tarefas realizadas durante esse período. O estágio foi efetuado no Posto de Turismo de Guimarães e prendeu-se com tarefas que permitiram aplicar os conhecimentos da tradução e comunicação multilingue no âmbito do turismo, ambas vertentes de estudo do mestrado.

O contexto atual do turismo em Guimarães está estreitamente ligado ao que a cidade oferece em termos de património arquitetónico e histórico. O Centro Histórico – Património Mundial desde 2011 – e a denominação reconhecida de “Berço da Nação” estão entre as principais motivações dos visitantes. É neste sentido, tanto a nível de oferta como de procura, que Guimarães se enquadra no contexto do turismo cultural, uma vez que é nos aspetos patrimoniais, históricos e culturais que se apoiam tanto os promotores de turismo, como os visitantes da cidade.

Os Postos de Turismo ou Postos de Informação Turística possuem um papel importante na organização e desenvolvimento do turismo no local em que se inserem. É, assim, essencial perceber o funcionamento destes Postos de Informação, as tarefas que desempenham e de que forma vão ao encontro das necessidades do turista, ao mesmo tempo que promovem outras infraestruturas de apoio à atividade turística, como os hotéis, por exemplo.

As tarefas realizadas no âmbito do estágio, como o atendimento ao público ou as traduções permitiram colocar em perspetiva tanto o contexto do turismo em Guimarães como a atividade do Posto de Turismo e a sua importância, ao aplicar conhecimentos académicos à prática. Estas tarefas foram também essenciais na recolha de informação e dados para a fase exploratória da conceção do projeto “Ver Guimarães Sentado”.

O plano de estágio prevê a conceção de um projeto turístico original e inovador que promova a cidade de Guimarães. O diagnóstico feito acerca do papel que os postos de turismo ocupam, assim como a análise de dados estatísticos do turismo em Guimarães puseram em evidência a necessidade de atrair o público mais jovem para o turismo cultural, nomeadamente, em Guimarães. Esta conclusão ocupou espaço primordial na exploração de ideias para a conceção do projeto que privilegia os jovens como público-alvo. Como forma de promover o destino, utilizando as características de que dispõe, o projeto explora o património que os visitantes mais procuram, segundo os dados recolhidos, mas também remete para outros elementos menos procurados.

O presente relatório está organizado em três partes: (1) Enquadramento Teórico, (2) Estágio Curricular, (3) Tarefas Realizadas.

Na primeira parte contextualiza-se a cidade de Guimarães no turismo cultural, apresentando primeiramente uma definição de turismo cultural, seguida da análise da evolução do turismo em Guimarães, e apresenta-se igualmente o papel dos Postos de Turismo;

Na segunda parte, descreve-se o estágio propriamente dito, as razões da escolha, o local, a organização e o funcionamento;

Na terceira e última parte, apresentam-se e descrevem-se as tarefas realizadas: o atendimento ao visitante e os materiais para esse fim utilizados; a realização de traduções, o processo de tradução, as dificuldades encontradas e respetivas soluções; a idealização, exploração e conceção do projeto “Ver Guimarães Sentado”, e, por fim, outras tarefas.

No final, apresentam-se as conclusões, seguidas das referências bibliográficas e dos anexos.

## Parte I – Enquadramento Teórico

### 1. Turismo e Cultura

Nesta parte do relatório pretende-se elencar brevemente definições dos termos “turismo” e “cultura”. A exploração destes conceitos tem como objetivo apreender o tipo de turismo praticado em Guimarães – o turismo cultural – e enquadrar a reflexão sobre o estágio, exposta neste relatório, em que os conceitos serão utilizados.

#### 1.1. Definições de Cultura e Turismo

Nesta parte, tentarei definir os conceitos de “cultura” e “turismo”, por um lado como conceitos dissociados, utilizados por si só; e por outro, na sua relação, produtora de um novo sentido.

O conceito de cultura é polissémico, como afirma Clara Sarmento (2015), e as suas definições estão em constante evolução. A autora resume a definição de cultura no século XX em três categorias gerais de definição em uso simultâneo:

“ – Um processo geral de desenvolvimento intelectual, espiritual e estético => Cultura enquanto ‘civilização’, enquanto objeto de estudo da antropologia.

– Os produtos e práticas da atividade cultural e artística => Cultura erudita, arte.

– Um determinado modo de vida de um povo, grupo, período histórico ou da humanidade em geral. => Cultura.” (Sarmento, 2015, p.26).

Com isto, a autora demonstra que o conceito de cultura é utilizado em várias disciplinas, como a antropologia ou a arte e sociedade, assim como distingue a cultura de massas e a cultura popular; conceitos relevantes para relacionar a noção de “cultura” com a noção de “turismo”.

“Na atualidade, a aplicação da noção de ‘cultura popular’ à realidade portuguesa contemporânea terá sempre de ter em conta dois significados possíveis”: cultura popular enquanto ‘folclore’ e cultura popular enquanto cultura de massas. A primeira diz respeito ao regional e ao tradicional, enquanto que a segunda diz respeito a uma cultura generalizada, globalizada (Sarmento, 2015, p. 31).

Pensando na ligação entre o conceito de cultura e o turismo, antes mesmo de o definir, pode-se dizer que as três categorias podem ser consideradas, assim como os dois significados de cultura popular, uma vez que o turismo engloba as pessoas (antropologia) e a arte, assim como junta dimensões locais, tradicionais e globais. Se falarmos de gastronomia local *versus fast food* internacional, por exemplo, nota-se uma dualidade entre o tradicional e o globalizado.

Quanto ao conceito de “turismo”, este é, tal como o de “cultura”, difícil de definir porque foi evoluindo, criando-se novas aceções ao longo do tempo. Em 1911 surgiu a primeira definição de turismo por Herman von Scharattenhofen: “Turismo é o conceito que compreende todos os processos, especialmente os económicos, que se manifestam na chegada, na permanência e na saída do turista de um determinado município, país ou estado.” (Beni, 2000, n.p.).

Vários autores propõem a sua definição do conceito e acrescentaram aceções. Em 1973, Luis Fernández Fuster definiu turismo, de um lado, como “o conjunto de turistas; do outro, os fenómenos e as relações que esta massa produz em consequência das suas viagens. Turismo é todo o equipamento recetivo de hotéis, agências de viagens, transportes, espetáculos, guias-intérpretes (...). Turismo são as organizações privadas ou públicas que surgem para fomentar a infraestrutura e a expansão do núcleo.” (Netto, 2013, n.p.).

Mais tarde, Oscar de la Torre refere-se ao turismo como fenómeno social “que consiste no deslocamento temporário de indivíduos ou grupos de pessoas que, fundamentalmente por motivos de recreação, cultura ou saúde, saem do seu local de residência habitual para outro, no qual não exercem nenhuma atividade lucrativa nem remunerada, gerando múltiplas inter-relações de importância social, económica e cultural.” (Beni, 2000, n.p.).

Estes pontos de vista completam-se, no sentido em que o turismo pode ser visto de várias perspetivas, sejam elas económicas, como na primeira definição, sejam sociais, como na última. Juntando todas estas aceções, pode-se propor uma definição global do conceito de “turismo”, onde se inserem e acrescentam perspetivas.

A definição de turismo de Clara Sarmento resume as aceções anteriores de turismo moderno e assume mais do que uma perspetiva, explicando que o turismo envolve atividades de lazer contrastantes com a vida quotidiana, a deslocação do local onde se vive para um local onde não se vive, a estada temporária e as atividades levadas a cabo enquanto se está fora (Sarmento, 2015, pp.155-156).

Todos estes pontos de vista referem a pessoa que se desloca de um local para o outro, que participa na atividade turística e que faz parte do sistema turístico, contribuindo para o setor económico. Esta pessoa é, maioritariamente, apelidada de “turista”.

O Instituto Nacional de Estatística (INE) define “turista” como o “visitante que permanece, pelo menos, uma noite num alojamento coletivo ou particular no lugar visitado.” (Marques, 2011, p.7). Nesta definição, o conceito de “visitante” é apreendido como o “indivíduo que se desloca a um local situado fora do seu ambiente habitual, por um período inferior a 12 meses, cujo motivo principal é outro que não o exercício de uma atividade remunerada no local visitado.” (Marques, 2011, p.7). Pode-se, com isto,

concluir que o turista é um visitante. Mas, nem todo o visitante é turista, uma vez nem sempre o visitante pernoita no local que visita, e nesse caso, denomina-se “excursionista”.

Durante o relatório, será privilegiado o uso de “visitante” em vez de “turista”, uma vez que é mais global e incorpora os diferentes tipos de viajantes. No entanto, o termo “turista” será também usado na Parte III onde se referem as traduções realizadas, por exemplo, e onde os dois conceitos não foram distinguidos.

A relação que existe entre “cultura” e “turismo” prende-se com a relação do turista com o local de visita, ou seja, a cultura que o local oferece. A cultura, neste contexto, pode ser de cariz tradicional (“folclore”) ou de cariz global (massas), e é parte integrante daquilo que o visitante encontra durante a sua estada. Assim, a cultura diz respeito tanto à sociedade como à arte, e o visitante, envolvido no ambiente novo, experiencia, de uma ou outra forma, a cultura como parte da sua visita turística.

No entanto, há diferentes tipos de turismo e os turistas podem viajar por diferentes razões, como vimos anteriormente, dando assim origem a diferentes tipologias para descrever o turista conforme as atividades que este realiza. Com efeito, os turistas estão expostos a diferentes oportunidades de envolvimento com a cultura em todos os seus aspetos. No subponto seguinte do relatório fala-se dos tipos de turismo e especificamente do turismo cultural, no sentido de contextualizar o turismo em Guimarães.

## 1.2. Turismo Cultural

Antes de entender a realidade do turismo em Guimarães, o tipo de turismo que a cidade oferece e o tipo de turismo mais procurado pelo visitante, no âmbito deste relatório, foi feita uma pesquisa no sentido de analisar os tipos de turismo existentes e as suas características.

O livro digital, *Tipos de turismo: nueva clasificación* (2018) propõe um quadro (ver infra), que resume os tipos de turismo segundo o objetivo do turista. O autor explica que pretende, com este quadro, dar conta da realidade turística, acrescentando que não se trata de uma classificação definitiva (Ledhesma, 2018, p.6).



Tipos de turismo según el objetivo del turista:			
1	Corporal	De salud	Médico
			De bienestar
		De gestación	De parto
			Abortivo
		Sexual	
		Activo	De aventura
			Deportivo
2	Intelectual	Religioso	
		Educativo	Artístico/patrimonial
			Congresos y ferias
			Idiomático
			Científico
Gastronómico			
		Virtual	
3	Material	De transferencia	De compras
			De venta
			De canje
		De negocios	
		Empresarial	
		De lujo	
4	Ambiental	De naturaleza	Responsable
			Recreativo
			Negativo
		Social	Etnográfico
			Solidario
			Rural
			De Celebraciones
		De la muerte	Del dolor
			Del Terror
			Suicida
		Del universo	Astronómico
			Espacial

Figura 1 - Tipos de turismo segundo o objetivo do turista (Ledhesma, 2018)

Neste quadro, os tipos de turismo dividem-se em quatro grandes categorias e dentro delas, subcategorias. Podemos com esta tabela entender que as motivações do turista variam conforme o seu gosto pessoal e os objetivos que os levam a viajar, podendo ser por lazer ou por razões de trabalho.

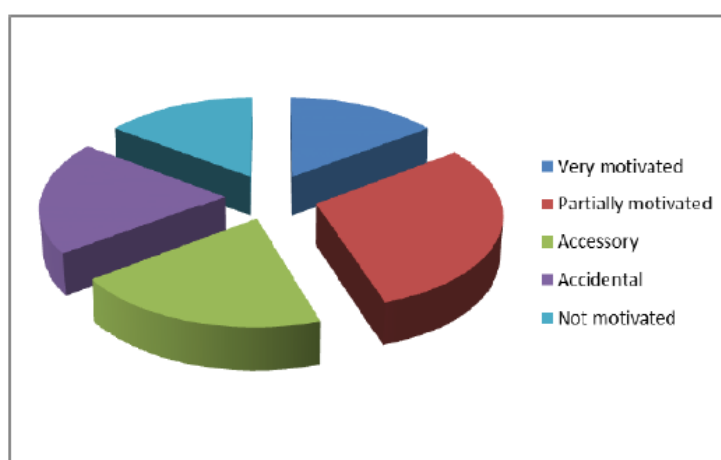
A fusão entre turismo e cultura, ou seja, o turismo cultural, pode-se caracterizar neste contexto como um movimento para um lugar que não o de residência com o objetivo de interagir e aprender com outra cultura.

Segundo Ioan Petroman et al., o turismo cultural foi definido por alguns investigadores como um mercado turístico *“for those who chose to travel according to their lifestyle (...), a form of tourism linked to the increasing desire of tourists to learn something new when travelling”*<sup>1</sup> (Ioan Petroman et al., 2013,

<sup>1</sup> “para aqueles que escolhem viajar de acordo com o seu estilo de vida (...), uma forma de turismo ligada ao desejo crescente dos turistas por aprender algo novo quando viajam.” (minha tradução)

p.385) e é essa vertente da aprendizagem durante a viagem que transforma o turismo numa atividade cultural ou educacional. No mesmo artigo, turismo cultural está definido como “*a movement of people to cultural attractions far from their normal place of residence aiming at assimilating information and cultural experiences.*”<sup>2</sup> (Petroman, et al., 2013, p.385).

Ligando esta definição com a classificação de Ledhesma, o turismo cultural, enquanto mercado, pertence à segunda grande categoria – o turismo intelectual. No entanto, tal como existem diferentes tipos de turismo, dentro do turismo cultural existem diferentes tipos de turista cultural, com diferentes motivações. Como Petroman et al. explicam no seu artigo, há quatro formas de turismo cultural, representadas por cinco tipos de turista cultural, explicadas no gráfico seguinte.



Categories of cultural tourism: 15% - Very motivated; 30% - Partially motivated; 20% - Accessory; 20% - Accidental; 15% - Not motivated

Figura 2 - Tipos de Turista Cultural  
(Petroman et al., 2013)

O que este gráfico permite ver é que apenas 15% dos turistas culturais (*highly motivated*) viajam para determinado local por causa do que este oferece do ponto de vista cultural. Os outros turistas acabam por praticar turismo cultural, mesmo sem ser o principal motivo da viagem. É o caso dos 30% bastante motivados, que escolhem os destinos baseados noutras razões que não a cultura, mas que têm como objetivo participar em atividades culturais, dos 30% parcialmente motivados que participam em atividades culturais por encorajamento de outros e dos 20% que veem a parte cultural da visita como acessória. Os restantes turistas culturais representados neste gráfico não têm em conta os fatores culturais do destino para o qual viajam.

Com isto, pode-se concluir que a maior parte dos turistas não tem como objetivo principal a cultura, ou o turismo cultural, quando viaja, mas acaba de uma forma ou de outra por praticar turismo

<sup>2</sup> “o movimento de pessoas para atrações culturais longe do seu local normal de residência com o objetivo de assimilar informação e experiências culturais.” (minha tradução)

cultural, visitando o património arquitetónico ou histórico. Do ponto de vista dos promotores e organizadores de turismo cultural, Petroman et al. defendem que a oferta se deve organizar de acordo com os 85% dos turistas culturais – aqueles que não têm a cultura como principal objetivo da visita.

Tendo tudo isto em conta, a seguir será analisado o turismo na cidade de Guimarães no contexto do turismo cultural, pondo em perspetiva a sua evolução e as principais motivações dos visitantes, no sentido de apreender Guimarães como um destino de turismo cultural.

## 2. Turismo em Guimarães

### 2.1. Contextualização e Evolução

Como afirma Vítor Marques (2011), Guimarães é, e sempre foi uma cidade ligada à indústria, principalmente têxtil e de calçado, que fornece, aliás, uma parte importante do emprego localmente. Esta ligação à indústria permitiu colocar Guimarães no mercado de exportações, possibilitando investimentos e gerando novas instalações no setor hoteleiro.

Esta ligação permitiu criar um mercado de turismo de negócios e deixar para segundo plano o turismo de lazer. No entanto, com o declínio desta indústria, fizeram-se sentir impactos negativos no setor do turismo, principalmente nos finais do século XX; mas é também nesse momento que foi, por parte da autarquia, pensada uma estratégia de desenvolvimento turístico “apoiado na requalificação e regeneração urbana, que teve o seu principal reconhecimento na classificação do seu Centro Histórico como Património Cultural da Humanidade em 2001.” (Marques, 2011, p.27).

Para além da reestruturação urbana, foram feitos esforços para melhorar ou criar infraestruturas no sentido do acolhimento de atividades culturais ou desportivas. Pode-se dar o exemplo do acolhimento da Capital Europeia da Cultura em 2012 que proporcionou a abertura de espaços importantes no desenvolvimento do turismo cultural, é o caso da Plataforma das Artes e da Casa da Memória.

Para acompanhar este crescente esforço no âmbito de atividades culturais, a comunidade hoteleira precisou de moldar as suas estratégias e adaptar-se ao novo tipo de turista que procura a sua atividade. O quadro seguinte (Marques, Remoaldo, Vareiro e Ribeiro, 2015, p.9), demonstra o aumento do número de estabelecimentos e capacidade de alojamento disponíveis após o acolhimento da Capital Europeia da Cultura em 2012.

	2008	2013	Var% - 2008/2013
<b>Estabelecimentos</b>	13	23	43.4%
<b>Capacidade de Alojamento</b>	1203	1707	29.5%

Fonte: Instituto Nacional de Estatística (2008), Instituto Nacional de Estatística (2013).

Figura 3 - Evolução dos estabelecimentos e alojamento em Guimarães em 2008 e 2013 (Marques et al., 2015)

Nota-se que, usando o exemplo da Capital Europeia da Cultura, o crescimento dos estabelecimentos hoteleiros foi considerável. No entanto, o aspeto da reestruturação da cidade e criação de infraestruturas de apoio ao turismo não são os únicos pontos que ajudaram Guimarães a afirmar-se a nível do turismo cultural. No quadro seguinte, vê-se que também as motivações dos visitantes vão nesse sentido, pois após o acolhimento da Capital Europeia da Cultura 2012, as “atividades culturais” como motivação do visitante que escolheu Guimarães, sofreram um crescimento considerável de 2011 para 2015 (Marques et al., 2015, p.12).

	2010/2011		2015		X <sup>2</sup>	Sig.
	N	%	N	%		
1. É Cidade Património Mundial	221	80.1	149	63.9	16.547	0.000*
2. <i>Touring</i> da região	158	57.2	169	72.5	13.372	0.000*
3. Negócios	10	3.6	18	7.7	4.090	0.043**
4. Visita de carácter religioso	7	2.5	32	13.7	22.391	0.000*
5. Gastronomia/Enoturismo	47	17.0	81	34.8	21.111	0.000*
6. Conferências e seminários	4	1.4	18	7.7	12.034	0.001*
7. Actividades culturais	53	19.2	84	36.1	18.233	0.000*
8. Actividades desportivas	4	1.4	18	7.7	12.034	0.001*
9. Visita a familiares e/ou amigos	14	5.2	38	16.3	16.465	0.000*

Fonte: Inquéritos realizados aos visitantes de Guimarães em 2010/2011 e 2015.

Figura 4 - Motivações dos visitantes antes e depois da Capital Europeia da Cultura 2012 (Marques et al., 2015)

Pode-se então concluir, com base nos dados anteriores, com o exemplo do acolhimento da Capital Europeia da Cultura, que cada vez mais a cidade de Guimarães aposta no desenvolvimento quer de infraestruturas quer de atividades que promovem a cultura permitindo que o turismo cultural ganhe mais espaço para crescer. Pode-se ainda dizer que para além do crescimento de infraestruturas e de todas as atividades de desenvolvimento culturais, também o visitante contribui para um turismo cultural cada vez mais pronunciado em Guimarães, escolhendo este destino motivado pela cultura.

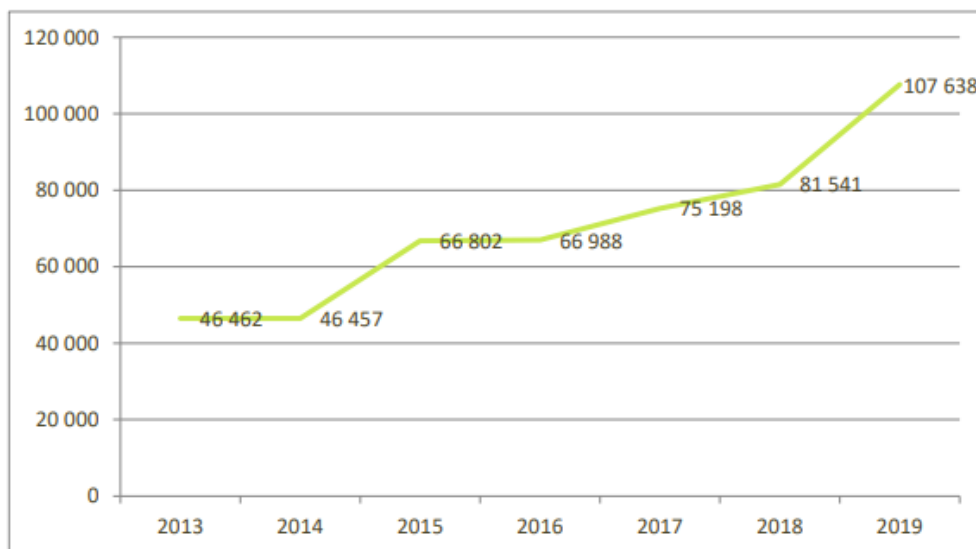
## 2.2. Caracterização do turismo (dados estatísticos)

Nesta parte do relatório pretende-se analisar dados estatísticos relativos ao turismo em Guimarães. Por um lado, a análise tenciona caracterizar o turismo no âmbito da procura, ou seja, o tipo de turista que visita a cidade e as suas motivações; e por outro, no âmbito da oferta turística e cultural apresentada por Guimarães. O principal intuito é perceber de que forma a procura se relaciona com a oferta, ou como as motivações dos visitantes se relacionam com a oferta de que Guimarães dispõe. Os dados aqui expostos e analisados provêm dos relatórios estatísticos mais recentes, realizados pela equipa da Divisão de Turismo, consultados na página online oficial do Turismo de Guimarães.

No sentido de contextualizar a atividade turística normal na cidade de Guimarães, é importante, antes de analisar o primeiro semestre de 2020, ter em conta o ano de 2019 como forma de comparação, uma vez que 2020 trouxe restrições e mudanças tanto na prática, como nas estratégias no que ao turismo diz respeito. Isto deve-se à situação da pandemia mundial da COVID-19, que obrigou a restrições nas viagens, nas deslocações e livre circulação, fundamentais na prática do turismo.

Vendo a análise anual de afluência turística entre 2013 e 2019 (ver gráfico abaixo), do relatório *Síntese de Resultados Estatísticos 2019* (Divisão de Turismo, 2020b), é claro o crescimento de visitantes que procuram a cidade de Guimarães como destino, principalmente se compararmos com os anos de 2013 e 2019, sendo que o aumento mais significativo se verifica de 2018 para 2019 (p.2).

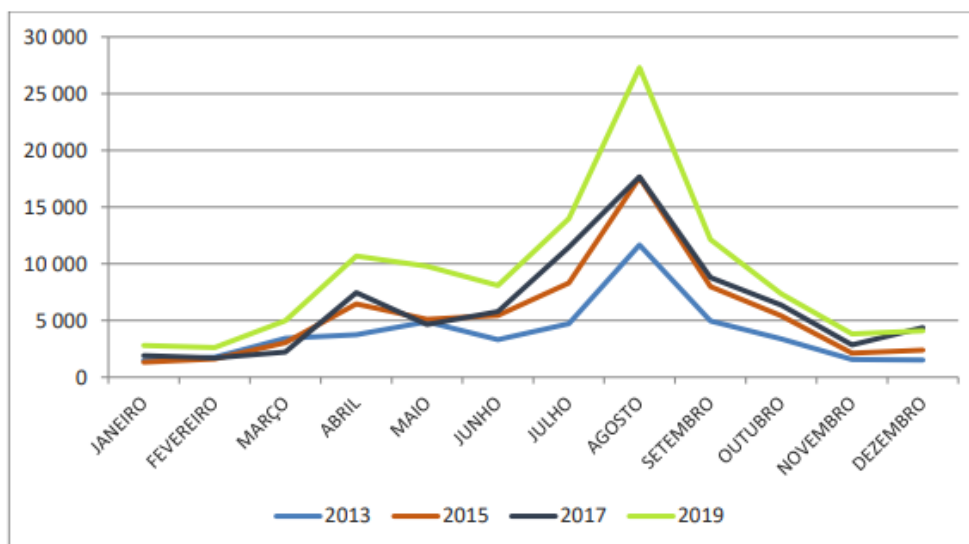
Este aumento progressivo, e mais pronunciado nos últimos anos, pode querer dizer que Guimarães tem vindo a ganhar mais reconhecimento pela sua oferta de atividades turísticas e património, por parte dos visitantes, que cada vez mais escolhem Guimarães como destino.



Fonte: Guimarães Turismo

Figura 5 - Afluência turística de Guimarães entre 2013 e 2019 (Divisão de Turismo, 2020b)

No que diz respeito à sazonalidade do turismo em Guimarães, o gráfico abaixo (Divisão de Turismo, 2020b, p.5), do mesmo relatório acima referido, permite concluir que os meses de verão registam a maior afluência de turismo em Guimarães. No entanto, é possível verificar uma afluência turística crescente entre março e maio a partir de 2015, e principalmente em 2019, que se pode atribuir às festividades da Páscoa.



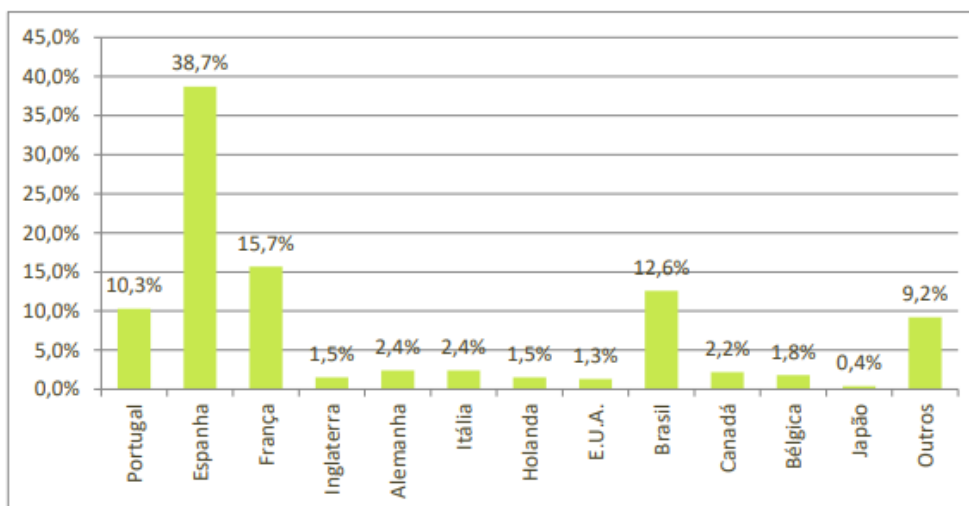
Fonte: Guimarães Turismo

Figura 6 - Sazonalidade turística anual entre 2013 e 2019 (Divisão de Turismo, 2020b)

No que diz respeito à procura, com estes dois gráficos é possível perceber um aumento significativo na escolha de Guimarães como destino nos últimos anos, assim como uma crescente afluência de turistas na época da Páscoa.

Também é necessário perceber qual o perfil do turista que procura Guimarães, a sua nacionalidade e faixa etária, assim como as suas motivações, de modo a mais facilmente compreender de que forma as infraestruturas e atividades turísticas correspondem ao tipo de visitante. Seguem-se os dados referentes às nacionalidades, idades e motivações do visitante.

No que às nacionalidades diz respeito, é facilmente observável no gráfico abaixo apresentado, realizado através de questionários feitos junto de visitantes do Posto de Turismo, que a maioria dos turistas que procura Guimarães vem de Espanha. A França e o Brasil ocupam o segundo e terceiro lugares. A faixa etária mais registada representa 49,6% e corresponde a adultos entre os 46 e 65 anos (Divisão de Turismo, 2020b, p.3-7).



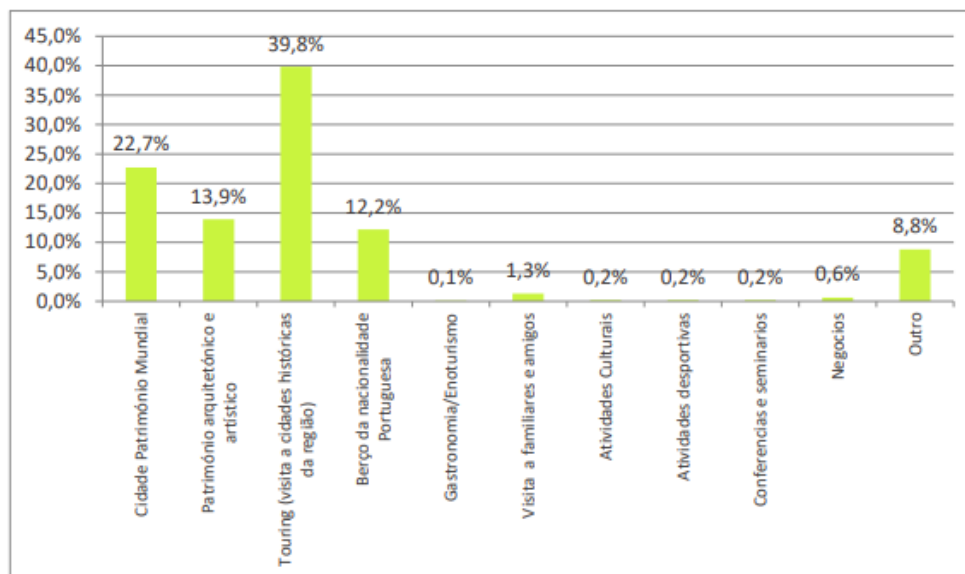
Fonte: Guimarães Turismo

Figura 7 - Visitantes de Guimarães por nacionalidade em 2019  
(Divisão de Turismo, 2020b)

É importante analisar, igualmente, as motivações dos visitantes, uma vez que permitem compreender as razões da escolha de Guimarães como destino. Admitindo, desta forma, saber de que maneira os promotores de turismo podem utilizar este conhecimento como uma oportunidade de diversificar a oferta. Ao mesmo tempo, entender as motivações dos visitantes, permite criar ou reestruturar novas infraestruturas que desenvolvam outros espaços menos procurados ou emergentes, podendo assim dinamizar outras áreas do turismo.

Segue-se o gráfico das principais motivações do turista, onde é possível perceber que a principal razão de visita a Guimarães se prende com “touring”, uma visita às cidades históricas da região. No entanto, a segunda principal razão diz respeito à atribuição do título de Património Mundial ao Centro Histórico. Também com uma percentagem considerável, fazem parte das principais razões de visita o património histórico e arquitetónico de Guimarães, assim como o título de “Berço da Nação”.

Analisando este gráfico, é fácil entender que as principais motivações se prendem com a história e o património histórico de Guimarães, justificando assim o turismo cultural como principal tipo de turismo praticado e procurado em Guimarães. Isto põe em perspetiva que os principais pontos de referência turística de Guimarães são, ao mesmo tempo, os pontos que o visitante mais facilmente reconhece e as principais razões de visita.



Fonte: Guimarães Turismo

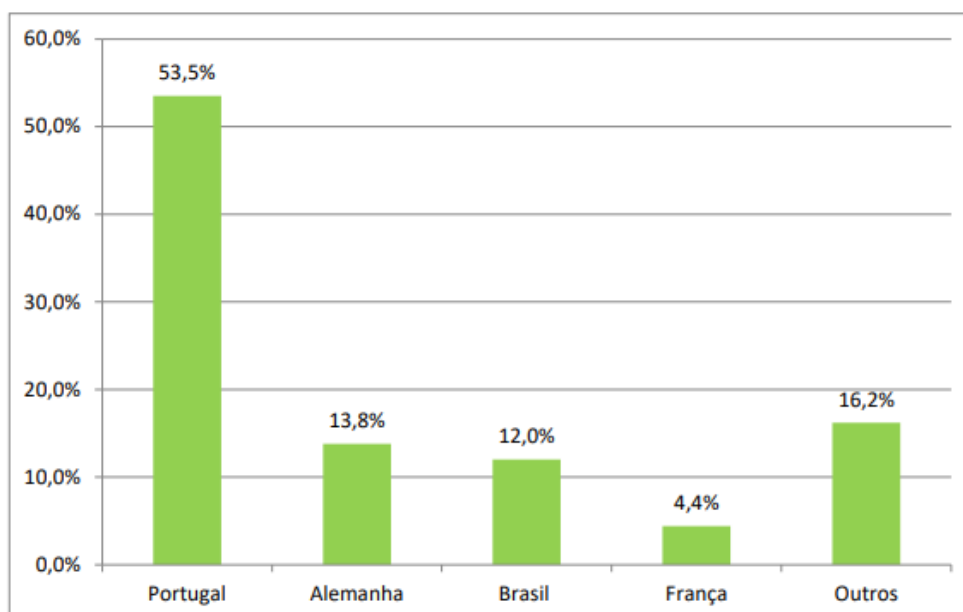
Figura 8 - Principais motivações dos visitantes de Guimarães (Divisão de Turismo, 2020b)

Numa tentativa de perceber a evolução do ano de 2019 para 2020, foi consultado o *Relatório de atividade turística 1º semestre 2020 (2020a)* elaborado pela Divisão de Turismo. Neste relatório, para além de uma visão geral daquilo que foram os decréscimos da atividade do turismo por conta das restrições da pandemia da COVID-19, tanto a nível das viagens propriamente ditas, como a nível de alojamento, também se veem dados relativos àquilo que foi o turismo na cidade de Guimarães no primeiro semestre do ano.

Em termos de afluência turística anual aos Postos de Turismo, no primeiro semestre do ano, contabilizada para fins estatísticos, tendo em consideração que os Postos de Informação estiveram encerrados de 16 de março até ao fim de maio de 2020, o número de visitantes que passou pelos Postos de Turismo em Guimarães baixou em 32 180 pessoas (Divisão de Turismo, 2020a, p.12).

No próximo gráfico sobre a afluência aos Postos de Turismo de Guimarães no mês de junho, é possível verificar que a grande maioria dos visitantes são portugueses, representando mais de metade da afluência desse mês. Comparando este resultado com os resultados globais do ano anterior, em que a maior afluência registada correspondia a visitantes espanhóis, é possível verificar um decréscimo total do mercado espanhol, uma vez que nem constam nos registos do mês de junho (Divisão de Turismo, 2020a, p.14). Tendo em conta as já descritas restrições causadas pela COVID-19 que inibiram voos e viagens, e sendo Espanha um país especialmente afetado pela pandemia, este resultado era o expectável.





Fonte: Guimarães Turismo

Figura 9 - Afluência aos Postos de Turismo de Guimarães em junho de 2020 (Divisão de Turismo, 2020a)

Conforme explica o mesmo relatório, é notável um decréscimo drástico no setor hoteleiro que em nada contribui para o desenvolvimento turístico, até porque grande parte destas estruturas tiveram de cessar atividade durante um período de tempo considerável. Também nas visitas aos principais monumentos e museus se sentiram os efeitos das restrições, com uma descida abrupta dos números de visitantes entre fevereiro e abril. Antes do mês de março, no entanto, os resultados nestes dois setores foram, em 2020, superiores aos mesmos meses do ano anterior, o que fazia prever um ano promissor para o setor do turismo em Guimarães (Divisão de Turismo, 2020a, p.15-18).

### 3. O papel dos Postos de Turismo

Na altura de escolher um destino há fatores turísticos a ter em conta no planeamento da viagem, como as atividades e a estada, por exemplo. É nesse momento que o turista pretende recolher informação sobre o seu destino, saber o que pode visitar e de que forma, assim como analisar a oferta de infraestruturas tanto no setor hoteleiro, como no setor lúdico. Com cada vez mais tecnologias de difusão de informação por diversos meios de comunicação, procurar e encontrar informação acerca do destino para onde se pretende viajar simples e imediatamente, é cada vez mais fácil e acessível a todas as pessoas.

Os Postos de Turismo são um meio de difusão de informação sobre o local onde se inserem e, com o crescimento e a aceleração de outros meios de divulgação, estes locais que recorrem

principalmente ao atendimento ao público de forma presencial, precisam de se reinventar no sentido de conseguir um contacto eficaz com o visitante.

Os Postos de Informação Turística têm como principal função a divulgação de informação turística, de modo a facilitar a estada do turista no destino, recorrendo a material informativo e disponibilizando-o (Gonçalves, 2017, p.2). Segundo Fernandes, Roque & Martins (2013) podem-se listar algumas funções dos Postos de Turismo, como a divulgação do destino e serviços, o fornecimento de material promocional, a promoção de produtos, a organização de itinerários e a recolha e organização de dados estatísticos (pp.187-188).

Para além destas funções, estes locais desempenham um papel crucial no âmbito da localidade à qual pertencem, encarregando-se também da “gestão e promoção dos elementos de atração ao destino, gestão e planificação de algumas infraestruturas de suporte à atividade turística e realização de investigações sobre o mercado turístico” (Fernandes et. al, 2013, p.188).

No entanto, e como referido anteriormente, com o crescimento e a propagação de cada vez mais meios de informação, o turista encontra muitas formas de planear a sua viagem, o que leva a questionar os recursos e métodos de trabalho usados nestes locais. Muitos Postos de Turismo não acompanham as tendências da atualidade, o que os torna mais frágeis. Alguns dos problemas prendem-se com os meios promocionais utilizados que podem ser mais tradicionais, como brochuras e panfletos apenas em formato papel, ou a falta de informações em línguas estrangeiras (Gonçalves, 2017, pp.7-8).

No caso de ambos os Postos de Turismo de Guimarães, estes acompanham as novas tecnologias, com instrumentos como um site oficial, procurando, desta forma, difundir informação utilizando meios diferentes e em diversas línguas. Isto permite um maior alcance, tanto a nível de nacionalidades como de faixas etárias de visitantes que possam preferir obter informação fidedigna através da internet. A esse respeito há em Guimarães a preocupação de ter o maior número possível de materiais traduzidos em várias línguas, como é o caso dos Guias da Cidade. É aqui que a tarefa da recolha de informação estatística é importante, pois permite entender as nacionalidades que mais procuram Guimarães e de traduzir os documentos nas línguas que mais serão necessárias.

No Posto de Turismo da Praça de Santiago, onde o estágio foi realizado, instalaram-se mesas interativas que permitem ao turista procurar a informação que mais se adequa com o seu interesse de forma fácil e que complementa o formato mais tradicional de atendimento.

## Parte II – O estágio curricular

### 1. A escolha do estágio

O currículo do Mestrado de Tradução e Comunicação Multilíngue prevê no quarto e último semestre a realização de uma dissertação ou de um estágio curricular. A escolha pelo estágio curricular, correspondeu à vontade de viver uma experiência de envolvimento prático de cariz profissional.

O plano de estudos do mestrado contém unidades curriculares com duas vertentes de aprofundamento de conhecimentos: tradução e turismo. Ambas me pareceram áreas interessantes e propiciadoras de uma experiência enriquecedora de aprofundamento de conhecimentos e adaptação ao mundo do trabalho. Por isso, na altura de encontrar um estágio, enviei uma autoproposta de estágio curricular para entidades de ambas as vertentes: o Posto de Turismo de Guimarães, o Posto de Turismo de Braga, o Hotel Fundador e algumas empresas de tradução como, por exemplo, a Alphatrad no Porto.

Escolhi o Posto de Turismo de Guimarães. O projeto que me foi proposto e as tarefas a realizar neste local eram desafiantes e estimulantes e iam ao encontro dos conhecimentos adquiridos no mestrado, uma vez que me permitiriam aplicar as línguas na comunicação com o público, assim como na tradução. Parte das minhas tarefas no atendimento ao público, foi guiar e ajudar o visitante a recolher informação acerca da cidade. O facto de poder interagir com os visitantes foi um ponto bastante aliciante, uma vez que, para além de praticar as línguas estrangeiras, essa interação possibilitaria, para mim, uma aprendizagem sobre Guimarães, o turismo praticado e todas as curiosidades da cidade onde resido. A vertente da tradução também foi trabalhada, com a realização de traduções de textos desenvolvidos pela Divisão de Turismo. Esta tarefa permitiu aplicar, de forma prática e em contexto de trabalho, os conhecimentos de tradução para duas línguas – o inglês e o francês.

Para além da aplicação de conhecimentos das línguas na comunicação e tradução, foi também possível adquirir novos conhecimentos através das tarefas que me foram propostas, principalmente na conceção de um projeto turístico. Esta tarefa envolveu o conhecimento da cidade no seu aspeto turístico e a exploração do turismo como um produto apelativo e que ao mesmo tempo valorizasse a cidade.

### 2. A instituição acolhedora

A entidade acolhedora do estágio curricular é o Município de Guimarães, especificamente na Divisão de Turismo, que se insere no Departamento de Cultura e Turismo da Organização da Câmara Municipal, como se pode verificar no organograma seguinte, onde consta a hierarquia organizacional dos Departamentos do Município de Guimarães e respetivos departamentos.

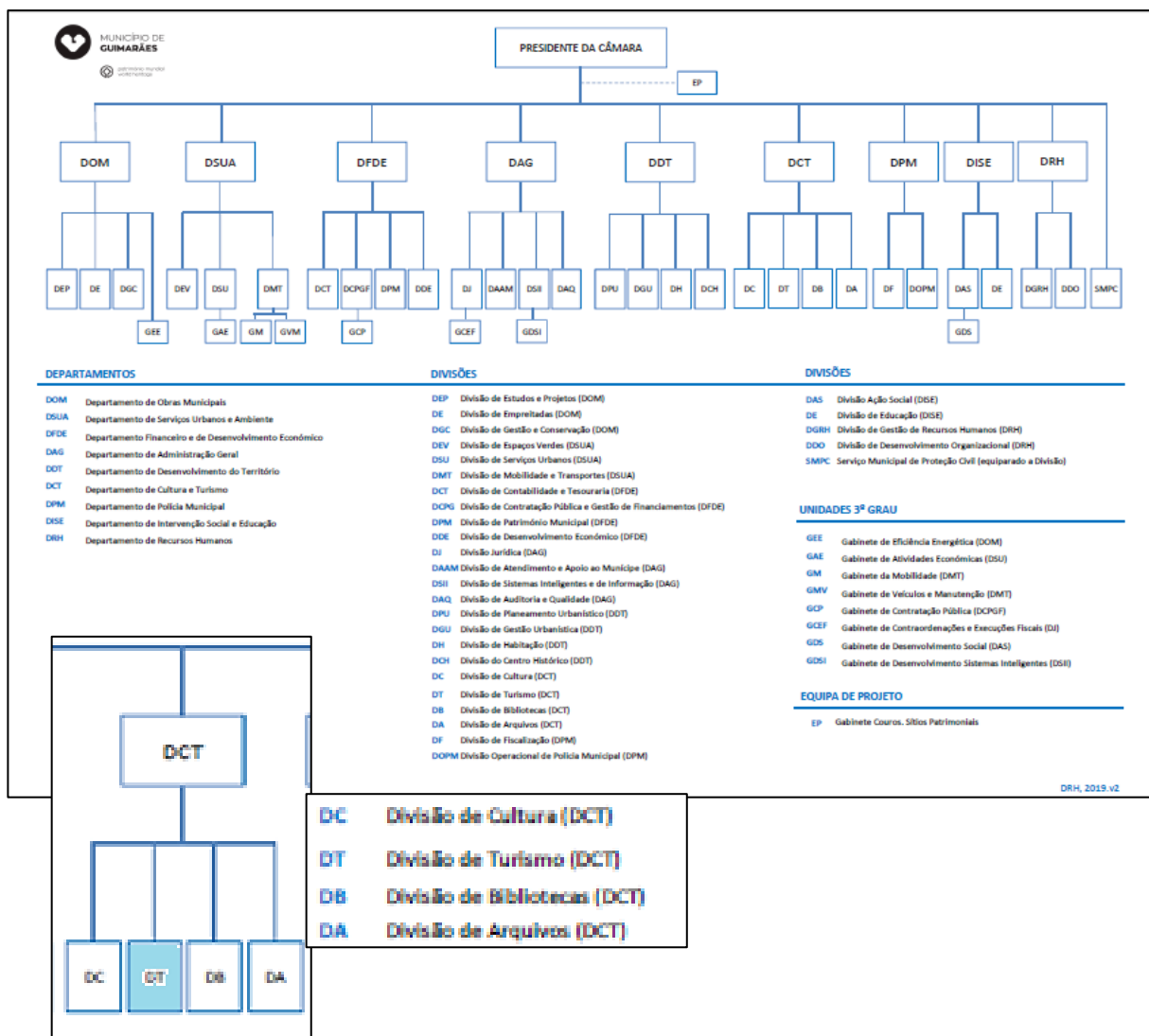


Figura 10 - Representação da estrutura orgânica Municipal de Guimarães (destacadas as áreas correspondentes à Divisão de Turismo) (fonte: <https://www.cm-guimaraes.pt/municipio/camara-municipal/organograma>)

Depois do Presidente da Câmara como representante máximo, seguem-se os Departamentos, que por sua vez se organizam em Divisões por área de trabalho. A Divisão de Turismo insere-se no Departamento da Cultura e Turismo, do qual fazem parte também a Divisão de Cultura, a Divisão de Bibliotecas e a Divisão de Arquivos.

“À Divisão de Turismo (DT), na dependência do Departamento de Cultura e Turismo, competem as seguintes tarefas:

- Planificar a utilização dos recursos turísticos existentes com vista ao desenvolvimento da oferta turística do concelho;
- Promover a diversificação da oferta turística, através da estruturação e desenvolvimento de produtos complementares diferenciadores e competitivos;

- c) Garantir a valorização e adequação da oferta aos novos desafios da procura turística;
- d) Cooperar com os diferentes setores do município, instituições e setor privado do concelho, com vista à constituição de grupos multidisciplinares de trabalho para a valorização e desenvolvimento do Turismo do Município;
- e) Estabelecer parcerias e redes de colaboração com agentes empresariais e institucionais de promoção em prol do desenvolvimento turístico de Guimarães;
- f) Promover a qualificação da oferta turística, designadamente, através de diagnóstico e formação de ativos das empresas do setor do Turismo;
- g) Planear estratégias de promoção conjuntas e participar em ações promocionais com os agentes privados do setor do Turismo.”<sup>3</sup>

Guimarães tem dois postos de informação turística, situados em zonas estratégicas da cidade – um na Praça de Santiago, localizado no Centro Histórico, e o segundo na Rua Paio Galvão. O estágio presencial decorreu no Posto de Informação, também intitulado de Loja Interativa de Turismo, situado na Praça de Santiago.

O Posto de Turismo da Praça de Santiago abriu em 1992. Mas, antes disso, existia apenas um posto de informação ao turista, situado na Alameda de São Dâmaso, que funcionou até 2012. Em 2015, abriu um segundo posto de informação, o *Welcome Center*, na Rua Paio Galvão, localização estratégica nos pontos de acesso à cidade.

Ambos se destinam à divulgação de informação turística e orientação do visitante de Guimarães, no entanto cada um possui as suas especificidades únicas. O Posto de Turismo do Centro Histórico está encarregue da parte administrativa da Divisão de Turismo, assim como do armazenamento do material informativo, já no *Welcome Center* o conceito de atendimento passa por facilitar as visitas, uma vez que os visitantes podem guardar em cacifos os seus pertences enquanto passeiam, e voltar ao fim do dia para os recolher.

---

<sup>3</sup> Resumo pela Doutora Mafalda Pizarro, chefe da Divisão de Turismo à data do estágio, a partir da documentação oficial do Departamento de Cultura e Turismo.

### 3. Estágio – Organização e Funcionamento

#### 3.1. Plano de Estágio, Cronograma e Objetivos

Apresento a seguir o Cronograma presente no Projeto de Estágio (as informações foram alteradas desde a primeira redação, por conta da interrupção causada pela COVID-19, desenvolvida no ponto seguinte deste relatório), e as informações do Plano de Estágio, onde se explanam os principais objetivos e os conhecimentos a aplicar. A declaração de realização de estágio encontra-se nos anexos (anexo 1).

#### CRONOGRAMA:

Início – 3 de fevereiro de 2020

Fim – 17 de julho

Duração – 840 horas totais (presenciais e em regime de teletrabalho)

Horário – de segunda a sexta feira das 9h30 às 12h30 e das 13h30 às 17h30

Foi elaborado, em conjunto com a entidade acolhedora, um Plano de Estágio que enumera os objetivos, o planeamento de tarefas e os conhecimentos a adquirir a seguir expostos. O documento completo e assinado (pré-alteração devido à COVID-19) encontra-se nos anexos (anexo 2).

#### OBJETIVOS GERAIS E ESPECÍFICOS:

Este estágio curricular tem como objetivo geral:

- Aplicar, em contexto profissional, os conhecimentos e competências teórico-práticos adquiridos ao longo da parte curricular do ciclo de estudos, quer seja com a prática oral, quer seja com a escrita das línguas estrangeiras, através da comunicação multilingue e da tradução.

Em termos mais específicos, os objetivos prendem-se com:

- Inserir os conhecimentos e aptidões formativas num contexto real de trabalho;
- Melhorar a expressão oral das línguas estrangeiras, através do contacto com os clientes;
- Praticar tradução especializada na área do turismo e da cultura;
- Dominar ferramentas de ajuda à tradução (CATtools);
- Realizar, como apoio à tradução, glossários e terminologias de forma automática, usando os materiais que o Posto de Turismo oferece;
- Conhecer o funcionamento e organização de um Posto de Turismo;
- Conhecer as diferentes tarefas e trabalhos que se podem realizar num Posto de Turismo;

- Aprender sobre a cidade e os seus pontos de interesse, no sentido de fornecer essas informações ao visitante.

- Aplicar conhecimentos de línguas no atendimento ao Turista, prestando informações de interesse sobre Guimarães;

- Aplicar conhecimentos de tradução no local de realização do estágio, designadamente, através da tradução de documentos de promoção turística;

- Outros trabalhos decorrentes das atividades da Divisão de Turismo;

- Elaborar um Projeto de Estágio que enriqueça o plano de turismo na cidade e ofereça uma ideia inovadora;

- Elaborar o Relatório de Estágio, obrigatório para conclusão dos estudos e do estágio.

#### PLANEAMENTO DE ATIVIDADES E APLICAÇÃO DE CONHECIMENTOS:

O plano Estágio pode resumir-se nos seguintes termos:

- Aplicar conhecimentos de línguas no atendimento ao Turista, prestando informações de interesse sobre Guimarães;

- Aplicar conhecimentos de tradução no local de realização do estágio, designadamente, através da tradução de documentos de promoção turística;

- Outros trabalhos decorrentes das atividades da Divisão de Turismo;

- Elaborar um Projeto de Estágio que enriqueça o plano de turismo na cidade e ofereça uma ideia inovadora;

- Elaborar o Relatório de Estágio, obrigatório para conclusão dos estudos e do estágio.

#### CONHECIMENTOS E COMPETÊNCIAS A ADQUIRIR:

Os novos conhecimentos a adquirir com este estágio, prendem-se com as atividades do ramo do turismo (não tão presentes na área de estudos), como sendo:

- Atendimento ao público;

- Planeamento de atividades turísticas;

- Informação geográfica sobre a cidade;

- Informação turística sobre os pontos de interesse da cidade.

### 3.2. Interrupção devido à COVID-19

O Protocolo de Estágio acordado, em conjunto com o Projeto de Estágio realizado, acima explicados, previam um estágio com duração total de 840 horas presenciais, num período de 5 ou 6 meses, com início no dia 03 de fevereiro.

No entanto, no dia 11 de março, a Organização Mundial de Saúde (OMS) declarou a COVID-19 como pandemia, obrigando à tomada de medidas preventivas da propagação da doença. A suspensão de todas as atividades curriculares foi decretada, e consequentemente, também o estágio presencial foi interrompido.

À altura da suspensão, foi elaborada uma lista de todas as tarefas realizadas até ao momento, que se encontra na parte seguinte deste relatório. Para além disso, como forma de seguir o protocolo acordado e tentar realizar as 840 horas tidas como presenciais, foi acordado um plano em regime de teletrabalho com tarefas, como a conceção do projeto turístico previsto no Plano de Estágio inicial, assim como trabalhos de tradução que pudessem ser feitos em casa, com a intenção de retomar o trabalho presencial logo que possível.

Os dados estatísticos da pandemia foram significativos, desde então, em termos de casos positivos e as medidas de contingência não foram levantadas no sentido de permitirem o regresso às atividades curriculares e, assim sendo, o término do estágio ocorreu no dia 17 de junho, antes de ser possível regressar ao local de estágio.



## Parte III – As tarefas realizadas

### 1. Breve Enquadramento

Os Postos de Informação Turística, para além das tarefas administrativas e de organização acima descritas, têm como função comunicar e distribuir informação turística no sentido de acolher e tornar mais fácil a estada ou visita do turista, recorrendo a material informativo.

Além disto, os Postos de Turismo são responsáveis por promover o destino onde se inserem, e neste sentido, faz parte das funções do Posto de Informação Turística organizar, difundir e apoiar atividades culturais, assim como recolher e organizar dados tanto sobre os serviços de apoio ao turismo, como sobre o turista. Pode também ser parte do trabalho a realização e gestão de atividades, como o acompanhamento de visitas guiadas ou o desenvolvimento de conteúdos de informação.

Em Guimarães, o Posto de Turismo desenvolve estas tarefas de gestão, promoção e divulgação da informação, atividades e material turístico. Além disto, tal como muitos outros Postos de Informação, possui um espaço para a divulgação de serviços de apoio ao turismo, onde expõe panfletos promocionais de hotelaria ou de visitas guiadas organizadas por outras entidades ou mesmo aluguer de meios de transporte, como bicicletas. Informação adicional, como horários de autocarros ou eventos culturais pode ser consultada nas mesas interativas.

O meu trabalho, como estagiária, consistia, resumidamente, na participação nas tarefas quotidianas e habituais de um Posto de Informação e conjugá-las com as competências desenvolvidas em contexto académico. As minhas tarefas diárias passavam pelo atendimento ao visitante, recorrendo ao uso de línguas e dos materiais disponíveis, e a tradução de documentos. Diariamente, também prestava apoio aos colegas noutras tarefas, como o preenchimento de estatísticas sobre os visitantes ou organização do material informativo, por exemplo.

Para além das tarefas regulares do Posto de Informação, enquanto estagiária, realizei tarefas específicas do meu plano de estágio e outras atividades pontuais desenvolvidas pelo posto de informação; é o caso da conceção do projeto turístico e do acompanhamento de visitas guiadas e da realização de um *Peddy Paper*.

Todas as funções desempenhadas e tarefas desenvolvidas serão descritas e explicadas na parte seguinte.

## 2. Funções e Tarefas

### 2.1. Atendimento ao turista

A principal função de um posto de informação turística é fornecer informação turística e orientar o visitante de forma ativa e positiva. O atendimento ao turista é a tarefa que permite guiar o visitante, fornecendo-lhe a informação e material necessários para que ele se oriente e otimize a visita, de acordo com os seus gostos e expectativas. O objetivo principal é acolher o visitante no local, fornecendo-lhe os principais esclarecimentos para uma estada confortável e informada.

O objetivo do Posto de Turismo é providenciar um atendimento personalizado que responda às necessidades do visitante, assim sendo o atendimento ao turista implica uma comunicação objetiva e clara. Tendo em conta as diferentes nacionalidades e idiomas falados pelos visitantes, o conhecimento de diferentes línguas é ponto essencial para um atendimento eficaz. Nesse sentido, sempre que possível, os trabalhadores do Posto de Turismo comunicam na língua com que o visitante os aborda. Para além disso, também os materiais de informação turística para distribuição, disponíveis em sete línguas (português, inglês, francês, espanhol, alemão, italiano e holandês) têm um papel essencial no bom acolhimento do visitante. Os principais materiais que facilitam o atendimento são tratados mais pormenorizadamente no ponto seguinte.

A tarefa do atendimento ou acolhimento do visitante propriamente dita, pode-se resumir em alguns passos gerais:

- O primeiro contacto com o visitante, que permite identificar a sua nacionalidade, assim como oferecer disponibilidade para o ajudar/orientar;
- A distribuição e contextualização do mapa, explicando o formato e conteúdos. O mapa exhibe duas faces, onde se encontram expostos o centro histórico e, numa escala mais alargada, o concelho;
- A identificação e localização dos principais pontos de interesse a visitar, podendo estes ser parte do Património Cultural ou Arquitetónico, assim como horários de funcionamento e valores de entrada, se aplicável. Como parte dos elementos a visitar, o mapa destaca o Castelo de Guimarães, o Paço dos Duques de Bragança e a Igreja de São Miguel, algumas praças – Largo da Oliveira, Praça de Santiago e Largo do Toural, algumas igrejas – Igreja da Nossa Senhora da Oliveira, Igreja de São Gualter e Basílica de São Pedro, e também museus – Museu de Alberto Sampaio e Centro Internacional das Artes José de Guimarães. Encontra-se, a seguir, a legenda do mapa do Centro Histórico com todos os pontos destacados.

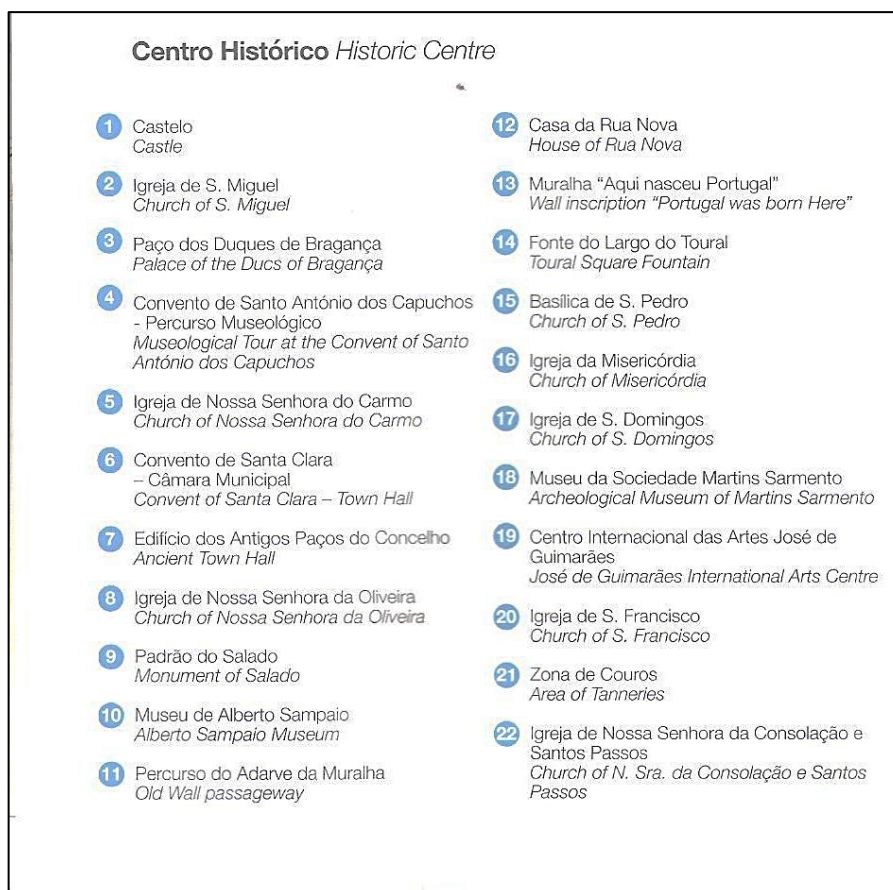


Figura 11 - Legenda do mapa de Guimarães, distribuído aos visitantes (digitalização do documento em papel)

- A distribuição do Guia da Cidade, na língua correspondente à nacionalidade do visitante se possível, e explicação do formato e conteúdo do mesmo;

- A resposta a eventuais questões gerais ou específicas, apresentadas pelo visitante, acerca da explicação do mapa ou outros assuntos. Perguntas frequentes prendem-se com os valores de entrada e horários de funcionamento, assim como o contexto histórico do património, o teor dos museus, os locais para fazer refeições ou para estacionar, como chegar ao seu alojamento, e também sugestões de um itinerário que permita uma visita otimizada e abrangente;

- O preenchimento das informações estatísticas a contabilizar diariamente, que compreendem o número de visitantes (se viajarem em grupo) e a sua nacionalidade, e se o visitante permitir, o preenchimento de mais dados estatísticos acerca das suas motivações e estada.

### 2.1.1. Materiais

Para o trabalho de atendimento ao turista, o Posto de Informação possui um conjunto de materiais que facilitam a divulgação da informação ou o esclarecimento de dúvidas, assim como facilitam

a proposta de atividades que o visitante pode realizar. Todos os folhetos apresentados são distribuídos ou apresentados ao visitante de forma gratuita.

Como elementos essenciais e complementares do atendimento ao turista, acima já identificados, pode-se contabilizar o Mapa da Cidade e o Guia da Cidade. Os dois documentos são, durante o atendimento, distribuídos ao visitante e complementam-se.

O mapa é um folheto desdobrável que contém duas faces – de um lado clarifica o mapa do concelho de Guimarães e do outro apresenta uma visão do centro da cidade e um close-up do centro histórico com os pontos de interesse assinalados e a devida legenda. Parte da função do atendimento ao turista passava por explicar o mapa do centro histórico e inteirar o visitante dos locais de interesse assinalados.

O Guia da Cidade é um pequeno livro que complementa a informação do mapa. Contém igualmente o mapa do centro histórico e adiciona pontos de interesse fora do centro, e por cada ponto de interesse inclui ao longo das páginas um pequeno texto e figuras ilustrativas da parte do património retratado. Este Guia está traduzido de português para seis línguas – inglês, espanhol, francês, italiano, alemão e holandês, disponíveis para entregar aos visitantes, se possível na sua língua materna, como suplemento do mapa para a visita.

Outros panfletos e desdobráveis disponíveis no Posto de Informação são de cariz cultural e/ou publicitário. Os primeiros são distribuídos caso o visitante interrogue ou demonstre interesse por alguma atividade específica ou evento cultural; os segundos são elementos meramente publicitários entregues por outras entidades de apoio ao turismo de que o Posto de Turismo dispõe e dos quais o turista pode usufruir livremente.

Os panfletos expositivos de atividades propõe visitas ou percursos a realizar durante a visita, como é o caso dos percursos pedestres existentes. O “Guia dos Percursos Pedestres” explica, delimita e localiza os três percursos existentes – Penha, São Torcato e os seus Moinhos, Citânia de Briteiros. Outra atividade, disposta no folheto informativo “Teleférico de Guimarães” propõe a viagem de teleférico até à Montanha da Penha e exploração tanto do monte como do Parque Natural e das suas grutas.

No aspeto cultural, destacam-se os panfletos do “Enoturismo”, o “GuimarãesPass” e a Agenda Cultural. A brochura informativa do Enoturismo propõe ao visitante todas as adegas e vinhas produtoras de vinho regional visitáveis em Guimarães, através de um mapa do concelho, onde todas as informações e localização se encontram explicadas.

O GuimarãesPass é a oportunidade de usufruir de onze espaços ou experiências por um valor de desconto, ou seja, adquirindo o Pass o turista pode visitar e entrar nos onze locais aderentes com apenas um bilhete. O folheto informa sobre o valor e os espaços a visitar.

A Agenda Cultural é exatamente o que o nome indica. Trata-se de um livro bimensal, exposto para consulta ou distribuição onde o visitante se pode informar sobre todos os espetáculos e atividades culturais a realizar nesses dois meses.

As capas do Guia da Cidade em português e do mapa, principais documentos informativos distribuídos aos visitantes, encontram-se nos anexos (anexo 3).

## 2.2. Tradução

A tarefa da tradução como parte do estágio presencial, presente no plano anteriormente exibido, permitiu a aplicação prática no estágio curricular dos conhecimentos e aptidões desenvolvidos na formação curricular. Nesse sentido, foram-me propostos trabalhos de tradução no seguimento de conteúdos desenvolvidos no Posto de Informação Turística necessários em mais que uma língua.

É desses trabalhos que trata esta parte, onde se contextualizam e apresentam os quatro textos traduzidos – três inquéritos e uma brochura – nos pares de línguas português–inglês e português–francês. A seguir, apresento a metodologia de trabalho e as ferramentas e recursos utilizados. Após isso, segue-se uma análise das traduções, onde constam as dificuldades de tradução e as soluções encontradas.

### 2.2.1. Metodologia e Ferramentas

Os textos a traduzir foram produzidos pela equipa do Posto de Turismo. Eram recebidos em formato papel e transcritos para o computador. Após a leitura inicial dos documentos e preparação do trabalho, era iniciado o processo de tradução. Foram traduzidos três inquéritos e uma brochura.

O processo começou com a pesquisa de textos comparáveis nas línguas de chegada para recolha de vocabulário e terminologia úteis. Esta recolha é uma parte essencial do processo de tradução, permitindo a familiarização com o tipo de texto, a fraseologia e linguagem específica. A tradução propriamente dita, iniciava-se após a recolha de textos comparáveis e envolvia a pesquisa de conceitos específicos que causassem dúvida, por existir a possibilidade de utilização de mais do que um termo ou da certeza da utilização do termo correto. Quando completado o processo de tradução, era feita a verificação de ortografia, correção de erros, escolha final da tradução dos termos que pudessem causar dúvida e, logo depois, a leitura final.

A revisão é parte importante da tradução e o tradutor não deve ser o revisor do próprio texto. No caso dos textos traduzidos no estágio, particulares por constituírem retroversões (da primeira língua para a segunda), esta parte ainda se torna mais imprescindível. Todas as traduções realizadas para francês e inglês foram revistas e corrigidas pelos Professores Maria Silva e Jorge Pereira, respetivamente.

A área do turismo, do ponto de vista da linguagem especializada constitui uma dificuldade, uma vez que não é possível separar o vocabulário específico da área do turismo do vocabulário da linguagem comum. O texto turístico é essencialmente informativo, mas ao mesmo tempo procura ser apelativo, utilizando linguagem comum, maioritariamente informal.

Os tipos de texto trabalhados não variariam muito em termos de caracterização, uma vez que os inquéritos ou questionários mantêm uma forma regular: formulação de questão e opções de resposta; a brochura é um texto expositivo, redigido com o objetivo de comunicar informações sem nenhum tipo de formulação estrutural restrita.

Os inquéritos foram elaborados com linguagem simples e objetiva, de forma a chegarem a todo o tipo de público. O texto da brochura é informal, mas cuidado, e tem como objetivo expor e divulgar informação de forma clara e apelativa. A tradução dos inquéritos envolveu uma pesquisa mais intensiva de formulações das perguntas e respostas e terminologia utilizada neste tipo de texto, enquanto a tradução da brochura envolveu mais pesquisa de definições e vocabulário.

Em ambos os textos, a principal linha orientadora do meu trabalho foi passar a mensagem focando-me no objetivo principal dos textos – obter informação, por um lado, e por outro, divulgar informação. A redação e linguagem dos textos não obrigaram a seguir uma linha teórica específica ou restritiva, por isso, o foco manteve-se no texto de chegada e seu recetor final que, neste caso, se pode considerar, de certa forma, como parte do objetivo, uma vez que é ele quem vai fornecer os dados dos inquéritos e usar a informação divulgada pela brochura.

Atribuo a minha abordagem, principalmente à teoria do *Skopos*. Esta teoria, segundo Xiaoyan Du (2012) não está limitada à tradução orientada ao texto de partida. “*Skopos theory focuses above all on the purpose of the translation, which determines the translation methods and strategies that are to be employed in order to produce a functionally adequate result.*” (Du, 2012, p.2190). O resultado de que aqui se fala é o texto de chegada, e assim sendo, a teoria diz que o texto deve ser traduzido conforme o objetivo que serve.

---

<sup>4</sup> “A teoria do Skopos foca-se, principalmente, no propósito da tradução, que determina os métodos e estratégias que serão empregues no sentido de produzir um resultado funcionalmente adequado.” (minha tradução)

É uma teoria que vai ao encontro das necessidades comunicativas de cada texto, permitindo adaptar a tradução de ao propósito do texto. Foca-se na tradução como uma ação comunicativa. O objetivo primordial dos textos que traduzi é a comunicação de informação turística que pretende ser apreendida, tanto no sentido da angariação de dados (inquéritos), como no sentido da divulgação de informação (brochura).

No sentido de tornar o texto simples e facilmente apreendido pelo leitor abraçando a técnica já descrita, foram usados alguns processos de tradução que ajudam na leitura clara do texto. Processos de tradução são estratégias de que o tradutor dispõe no sentido de transpor a mensagem do texto de partida para o texto de chegada ultrapassando as dificuldades impostas pelas diferenças linguísticas ou culturais (Ordudari, 2007, n.p.). Os processos utilizados enquanto estratégia de tradução surgiram de forma intuitiva e natural durante o trabalho de tradução. Apenas durante a análise das traduções foi possível perceber alguns deles.

Foram usados processos como a transposição, principalmente na tradução dos inquéritos, transformando algumas das frases afirmativas do texto de partida em interrogações no texto de chegada (exemplo: “Meio de transporte utilizado na deslocação para Guimarães” transforma-se em “*What means of transportation did you use to arrive at Guimarães?*”). A utilização desta estratégia, meramente estética, permitiu construir no texto de chegada, na minha opinião, frases mais naturais. A explicitação foi usada em algumas ocasiões, nomeadamente na tradução de nomes de instituições, para uma melhor compreensão dos elementos no texto de chegada (exemplo: utilização de parêntesis para acrescentar a localização do Aeroporto Francisco Sá Carneiro – “*Francisco Sá Carneiro Airport (in Porto)*”). A adaptação e a tradução literal também foram utilizados ao longo dos textos; a adaptação foi usada, por exemplo na tradução da instituição “Câmara Municipal”, adaptada para instituições de valor equivalente nas línguas de chegada (“*Mairie*” e “*Town Hall*”); já a tradução literal, é mais notória em segmentos pequenos e precisos, como os segmentos “género, idade, estado civil”, por exemplo.

No que diz respeito às ferramentas utilizadas, não me servi de nenhuma CATtool (*Computer Assisted Translation Tool*), como por exemplo, o software memoQ. Estas ferramentas são mais relevantes quando existem glossários e/ou terminologias pré-prontas ou quando os documentos a traduzir são muito extensos. Neste caso, tratam-se de textos não muito extensos, que me foram entregues sem nenhum glossário ou terminologia, e por isso, não recorri à ajuda deste tipo de ferramenta.

A Internet e os recursos linguísticos disponíveis online foram essenciais na tradução. Permitiram a pesquisa de corpus comparáveis, assim como a consulta de dicionários e outros sites com informação

relevante para a realização das traduções. Nos casos em que as traduções foram realizadas da primeira para a segunda língua, a consulta de sites e dicionários online disponíveis nas línguas de chegada foi crucial para que todos os conceitos fossem traduzidos corretamente.

### 2.2.2. Os textos

Foram recebidos e traduzidos quatro textos, três inquéritos e uma brochura de cariz turístico-informativo. Os textos de partida encontram-se redigidos em português e a tradução foi desenvolvida para inglês e/ou francês.

Três dos textos a traduzir constituem inquéritos a aplicar no Posto de Turismo, destinados aos visitantes, no sentido de entender de forma mais eficaz o tipo de turista que Guimarães recebe e as suas motivações, assim como o nível de satisfação quanto aos serviços prestados pelo Posto de Informação, com o objetivo de dinamizar as iniciativas que mais interessam aos turistas e melhorar o serviço prestado.

O quarto texto, de cariz turístico, é uma brochura cujo objetivo se prende com a dinamização do turismo de negócios, uma vez que enumera e dá a conhecer todos os espaços de que a cidade de Guimarães dispõe para a realização de congressos ou outros eventos.

Segue-se uma lista com os títulos dos textos trabalhados, por ordem cronológica da sua receção e as línguas para as quais foram traduzidos:

- Inquérito – O Perfil do Turista que visita Guimarães (traduzido para inglês e francês)
- Questionário – As perceções dos visitantes (traduzido para inglês e francês)
- Guimarães, Cidade de Congressos e Eventos (traduzido para inglês)
- Inquérito de satisfação Turismo (traduzido para inglês e francês)

Estes quatro textos acabam por se desdobrar num total de sete traduções, uma vez que a maior parte das traduções foi realizada para duas línguas – inglês e francês – à exceção de uma delas, a brochura “Guimarães, cidade de congressos e eventos” apenas traduzida para inglês, conforme solicitado pela entidade.

Todos os textos e as suas traduções encontram-se abaixo expostos e estão apresentados e numerados pela ordem cronológica da receção, tal como na lista anterior.



1. Inquérito – O Perfil do Turista que visita Guimarães

Inquérito – O perfil do turista que visita Guimarães	Survey – Profile of tourists who visit Guimarães	Questionnaire – Le profil du touriste qui visite Guimarães
O presente inquérito foi desenvolvido pela Divisão de Turismo da Câmara Municipal de Guimarães com o objetivo de conhecer o perfil do turista que visita Guimarães.	This survey was developed by the Tourism Department of Guimarães' Town Hall aiming to create a profile of the tourists who visit Guimarães.	Ce questionnaire a été réalisé par le Département de Tourisme de la mairie de Guimarães et il a comme objectif de connaître le profil du touriste qui visite Guimarães.
Os dados recolhidos são confidenciais.	The gathered data is confidential.	Les informations recueillies sont confidentielles.
Género	Gender	Genre
Masculino	Male	Masculin
Feminino	Female	Féminin
Idade	Age	Âge
Menos de 25 anos	Less than 25 years old	Moins de 25 ans
26 – 45 anos	26 – 45 years old	26 – 45 ans
46 – 65 anos	46 – 65 years old	46 – 65 ans
Mais de 65 anos	More than 65 years old	Plus de 65 ans
Estado civil	Marital Status	État civil
Solteiro	Single	Célibataire
Casado/união de facto	Married/Registered partnership	Marié/Pacsé
Divorciado	Divorced	Divorcé
Viúvo	Widowed	Veuf
Habilitações académicas	Academic qualifications	Niveau de scolarité
Ensino básico	9 <sup>th</sup> grade	Collège
Ensino secundário	12 <sup>th</sup> grade	Lycée
Ensino superior	College education	Enseignement supérieur

Pais de origem	Country of origin	Pays d'origine
R:	A:	R :
Como entrou no Norte de Portugal?	How did you travel to the north of Portugal?	Comment êtes-vous arrivé dans le Nord du Portugal ?
Avião	Plane	Avion
Automóvel	Car	Voiture
Comboio	Train	Train
Autocaravana	Motorhome	Autocaravane
Outro, qual?	Other (please specify)	Autre (spécifiez svp)
Meio de transporte utilizado na deslocação a Guimarães	What means of transportation did you use to arrive at Guimarães?	Moyen de transport utilisé pour votre voyage jusqu'à Guimarães
Automóvel	Car	Voiture
Comboio	Train	Train
Autocarro	Bus	Bus
Autocaravana	Motorhome	Autocaravane
Outro, qual?	Other (please specify)	Autre (spécifiez svp)
Guimarães já fazia parte dos destinos a visitar aquando do planeamento da sua viagem?	When planning your journey, was Guimarães already part of your destination?	Guimarães faisait partie de votre plan de voyage quand vous avez planifié votre séjour ?
Sim	Yes	Oui
Não	No	Non
Como tomou conhecimento de Guimarães?	How did you find out about Guimarães?	Comment avez-vous connu Guimarães?
Internet	Internet	Internet
Imprensa	Media	Presse
Familiares/amigos	Family/friends	Famille/amis
Guia de viagens	Travel guide	Guide touristique

Agência de viagens	Travel agencies	Agence de voyages
Outro, qual?	Other (please specify)	Autre (spécifiez svp)
Outro, qual?	Other (please specify)	Autre (spécifiez svp)
O que mais o motivou a visitar Guimarães?	What motivated you the most to visit Guimarães?	Quelle était votre plus grande motivation pour visiter Guimarães ?
O facto de ser Cidade Património Mundial da UNESCO	The city is World Heritage Site recognized by UNESCO	La ville est Patrimoine Mondial de l'UNESCO
História e património	The history and heritage	Histoire et Patrimoine
Touring – visita às cidades históricas da região	Sightseeing – visiting the historic cities of the region	Touring – visiter les villes historiques de cette région
Visita a familiares/amigos	Visiting family/friends	Visite famille/amis
Gastronomia/Enoturismo	Gastronomy/Wine tourism	Gastronomie/œnotourisme
Eventos	Events	Évènements
Conferências/seminários/congressos	Conference/seminars/congress	Conférences/séminaires/congrès
Negócios	Business	Voyage d'affaires
Outro, qual?	Other (please specify)	Autre (spécifiez svp)
Como viaja?	How do you travel?	Comment voyagez-vous ?
Só	Alone	Seul
Com familiares/amigos	With family/friends	En famille/avec des amis
Em grupo	In a group	En groupe
Destinos no Norte de Portugal que já visitou ou pretende visitar	What other destinations in the north of Portugal have you visited or would like to visit?	Destinations au nord de Portugal que vous avez déjà visitées ou que vous voulez visiter
Braga	Braga	Braga
Porto	Porto	Porto
Viana do Castelo	Viana do Castelo	Viana do Castelo
Região do Douro	Douro	Région du Douro
Outros, quais?	Other (please specify)	Autre (spécifiez svp)

Qual o tempo estimado de permanência em Guimarães?	What is the estimated time of your stay in Guimarães?	Combien de temps, approximativement, resterez-vous à Guimarães ?
Um par de horas	A couple of hours	Quelques heures
Meio dia (manhã/tarde)	Half a day (morning/afternoon)	Une demi-journée (matin ou après-midi)
Um dia completo	A whole day	Une journée
Se mais de 1 dia, quantos?	If more than one day, please state how many.	Plus d'un jour (spécifiez combien svp)
Em que cidade vai dormir?	Where are you going to sleep?	Où allez-vous dormir ?
Guimarães	Guimarães	Guimarães
Braga	Braga	Braga
Porto	Porto	Porto
Outra, qual?	Other (please specify)	Autre (spécifiez svp)
Ainda não decidi	I haven't decided	Je n'ai pas encore décidé
CASO DURMA EM GUIMARÃES, RESPONDER À PERGUNTA SEGUINTE	IF YOU ARE GOING TO SLEEP IN GUIMARÃES, PLEASE ANSWER THE NEXT QUESTION	SI VOUS RESTEZ À GUIMARÃES, RÉPONDEZ À LA QUESTION SUIVANTE SVP
Qual o tipo de alojamento?	What is the type of accommodation?	Quelle est votre type d'hébergement ?
Hotel	Hotel	Hôtel
Casa de turismo de habitação/espço rural	Housing tourism/rural area tourism establishment	Hébergement de tourisme d'habitation/de tourisme rural
Alojamento local/Hostel	Local accommodation/Hostel	Logement local/Hostel
Parque de Campismo	Campsite	Terrain de camping
Pousada da Juventude	Youth Hostel	Auberge de jeunesse
Casa de familiares/amigos	In a family/friend's house	Maison de famille/amis
Despesas que prevê ter durante a permanência em Guimarães	Expenses you foresee during your stay in Guimarães	Dépenses prévues pendant votre séjour à Guimarães ?
Alojamento	Accommodation	Hébergement
Refeições	Meals	Alimentation

Compras no comércio tradicional	Shopping in the traditional market	Shopping dans le commerce traditionnel
Atividades turísticas	Touristic activities	Activités touristiques
Visitas a museus/monumentos	Visits to museums/monuments	Visite à des musées/monuments
Outra -	Other -	Autre -
Outra -	Other -	Autre -
Outra -	Other -	Autre -
Qual o montante diário de despesa estimado?	What is the estimated daily expense?	A combien estimez-vous vos dépenses par journée ?
R:	A:	R :

Tabela 1 - Inquérito - O perfil do turista que visita Guimarães

## 2. Questionário – As Percepções dos Visitantes

Questionário – As percepções dos visitantes	Survey – Visitors' perceptions	Questionnaire – Les perceptions des visiteurs
O presente questionário foi desenvolvido pela Divisão de Turismo da Câmara Municipal de Guimarães e tem por objetivo principal aferir as percepções dos visitantes relativamente ao destino Guimarães.	This survey was developed by the Tourism Department of Guimarães' Town Hall and aims to assess visitors' perceptions regarding the destination of Guimarães.	Ce questionnaire a été développé par le Département de Tourisme de la mairie de Guimarães et il a pour objectif de déterminer les perceptions des visiteurs de la ville de Guimarães en tant que destination touristique.
Por favor colabore no preenchimento do questionário, porque para nós a sua opinião é importante.	Please collaborate with our survey because your opinion is important to us.	Merci de répondre à ce questionnaire car votre opinion est importante.
Os dados recolhidos são confidenciais.	The gathered data is confidential.	Les informations recueillies sont confidentielles.
De um modo geral, a visita a Guimarães correspondeu às suas expectativas?	Overall, did your visit to Guimarães match your expectations?	D'une manière générale, votre visite à Guimarães a-t-elle correspondu à vos attentes ?
Sim	Yes	Oui
Não	No	Non
Superou	Exceeded expectations	La visite a excédé vos attentes
Se respondeu não, qual a razão?	If you answered no, please state why.	Si vous avez répondu non, pour quelle raison ?
Indique o seu grau de concordância/discordância relativamente aos seguintes atributos de Guimarães:	State your level of agreement/disagreement regarding the following traits of Guimarães:	Indiquez votre niveau d'accord/désaccord concernant les caractéristiques suivantes de Guimarães :
Discordo completamente	Completely disagree	Pas du tout d'accord
Discordo	Disagree	Pas d'accord
Nem discordo, nem concordo	Neither agree nor disagree	Ni en accord, ni en désaccord
Concordo	Agree	D'accord
Concordo completamente	Completely agree	Tout à fait d'accord
N/S	No opinion	Sans opinion

Possui boas acessibilidades	It has good accessibilities	Bons accès
É um destino hospitaleiro, em que as suas gentes bem acolhem os visitantes	It is a friendly destination where the residents are welcoming	C'est une destination accueillante, où on reçoit bien les visiteurs
É um destino seguro	It is a safe destination	C'est une destination sûre
Os espaços públicos estão limpos e cuidados	The public spaces are clean and in good condition	Les espaces publics sont propres et soignés
Possui um relevante património arquitetónico	The architectural heritage is relevant	Il y a un patrimoine architectural notable
A área classificada como Património Mundial é um fator diferenciador	The area classified as World Heritage is a differentiating element	La classification de la ville comme Patrimoine Mondial est un facteur différenciateur
A oferta turística é de qualidade e suficiente	The touristic offer is of good quality and sufficient	L'offre touristique est de qualité et suffisante
As atrações turísticas estão bem sinalizadas	The touristic attractions are appropriately marked	Les attractions touristiques sont bien signalées
Possui alojamentos com qualidade	It has good quality accommodation facilities	L'hébergement est de qualité
Tem boa gastronomia	The gastronomy is good	La gastronomie est bonne
A oferta de eventos culturais é de qualidade e diversificada	The offer of cultural events is of good quality and diverse	L'offre d'évènements culturels est de qualité et diversifiée
Durante a sua estada descolou-se a algum posto de informação turística?	During your stay, did you go to any tourist information office?	Pendant votre séjour, êtes-vous allé dans un office du touristique ?
Sim	Yes	Oui
Não	No	Non
Se respondeu afirmativamente à questão anterior, qual o seu grau de satisfação relativamente ao atendimento e informação disponibilizada?	If you answered yes to the previous question, what is your degree of satisfaction regarding the service and available information?	Si la réponse à la question antérieure est positive, quelle est votre niveau de satisfaction relativement au service et aux informations disponibles ?
Muito insatisfeito	Very dissatisfied	Très insatisfait
Insatisfeito	Dissatisfied	Insatisfait
Nem satisfeito, nem insatisfeito	Neutral	Ni satisfait ni insatisfait

Satisfeito	Satisfied	Satisfait
Muito satisfeito	Very satisfied	Très satisfait
N/S	No opinion	Sans opinion
Atendimento	Service	Accueil
Informação turística genérica	Generic touristic information	Information touristique générale
Material informativo disponibilizado (mapa e brochuras turísticas)	Available informative material (maps and brochures)	Matériel informatif disponible (carte et brochures touristiques)
No que respeita aos estabelecimentos de restauração, como avalia os espaços frequentados?	In terms of restaurants, how would you evaluate the places you visited?	Concernant les établissements de restauration, comment évaluez-vous les lieux que vous avez fréquentés ?
Muito má	Very bad	Très mauvais
Má	Bad	Mauvais
Razoável	Adequate	Moyen
Boa	Good	Bon
Muito boa	Very good	Très bon
N/S	No opinion	Sans opinion
Atendimento/simpatia	Service/amiability	Service/sympathie
Comunicação (domínio de línguas estrangeiras)	Communication (foreign languages knowledge)	Communication (maitrise des langues étrangères)
Qualidade das instalações	Quality of the facilities	Qualité des installations
Limpeza e higiene do espaço	Cleanliness and hygiene of the facility	Propreté et hygiène des lieux
Gastronomia	Gastronomy	Gastronomie
Tempo de espera	Waiting time	Temps d'attente
Relação qualidade/preço	Value for money	Rapport qualité-prix
Recomendaria a visita a Guimarães?	Would you recommend a trip to Guimarães?	Recommanderiez-vous la visite de Guimarães ?
Sim	Yes	Oui



Não	No	Non
Se respondeu não, qual a razão?	If you answered no, please state why.	Si la réponse est négative, pour quelle raison ?
Qual a probabilidade de voltar a Guimarães?	How likely are you to visit Guimarães again?	Quelle est la probabilité que vous reveniez à Guimarães ?
Improvável	Very unlikely	Improbable
Pouco provável	Unlikely	Peu probable
Provável	Likely	Probable
Muito provável	Very likely	Très probable
Não sabe	Don't know	Sans opinion
Se tivesse de descrever Guimarães numa palavra ou pequena frase, qual seria?	If you had to describe Guimarães in just one word or a small sentence, what would that be?	Pouvez-vous décrire la ville de Guimarães en seulement un mot ou une phrase ?
R:	A:	R :
Obrigado pela sua colaboração!	Thank you for your collaboration!	Merci pour votre collaboration!

Tabela 2 - Questionário - As percepções dos visitantes, tradução para inglês e francês

### 3. Brochura – Guimarães, Cidade de Congressos e Eventos

Guimarães – cidade de congressos e eventos	Guimarães – city of congresses and events
São muitos os motivos para escolher Guimarães para a realização do seu congresso.	There are multiple reasons to choose Guimarães to hold your congress.
Guimarães está situada no norte de Portugal e possui excelentes vias de comunicação, que a tornam facilmente acessível dos mais diversos pontos do país.	Guimarães is located in the north of Portugal and benefits from excellent means of communication making the city easily accessible from the most diverse points of the country.
Utilizando a atual rede de autoestradas, chegamos do Porto a Guimarães em aproximadamente 40 min. (A7 e A3), a Braga em 15 min. (A11), a Lisboa em 180 min. (A3, A7 e A1) e a Vigo em 90 min. (A7 e A3).	Using the current Portuguese highway system, we can go from Guimarães to Porto in approximately 40 minutes (A7 and A3), to Braga in 15 minutes (A11), to Lisbon in 180 minutes (A3, A7 and A1) and to Vigo in 90 minutes (A7 and A3).
O aeroporto Francisco Sá Carneiro fica localizado a apenas 40 minutos.	Francisco Sá Carneiro Airport (in Porto) is only 40 minutes away.
O comboio liga Guimarães diariamente a vários destinos, permitindo que a deslocação entre Porto e Guimarães demore aproximadamente 60 minutos e a ligação a Lisboa demore cerca de 4 horas.	Daily trains connect Guimarães to various destinations, with the trip between Porto and Guimarães taking approximately 60 minutes and the connection to Lisbon taking about 4 hours.
A localização privilegiada de Guimarães permite aceder às praias mais próximas em 30 minutos e às montanhas do Parque Nacional da Peneda-Gerês em apenas 1 hora. O Douro, Património Mundial, conhecido pelo Vinho do Porto e pela paisagem única em socalcos, fica localizado a cerca de 1 hora de distância.	The privileged location of Guimarães allows access to the closest beaches in 30 minutes and to the mountains of the Peneda-Gerês National Park in just 1 hour. The Douro region, World Heritage, known for the Porto Wine and for its unique terraced landscape ( <i>socalcos</i> ), is about 1 hour away.
(mapa)	
CIDADE HISTÓRICA E PATRIMÓNIO MUNDIAL	WORLD HERITAGE AND HISTORIC CITY
Guimarães é uma cidade com um glorioso passado histórico, cuja história está associada à fundação da identidade nacional portuguesa e à língua portuguesa no séc. XII.	Guimarães is a city with a glorious historical past; its history is associated with the foundation of the Portuguese identity and Portuguese language in the 12th century.
O Centro Histórico de Guimarães, que a UNESCO classificou em 13 de dezembro de 2001 como Património Mundial, é hoje um local aprazível e visitado por milhares de turistas ao longo do ano.	The Historical Centre of Guimarães, classified by UNESCO as World Heritage in December 13th of 2001, is a pleasant site visited by thousands of tourists all year long.

Alguns pontos de interesse turístico:	Some points of touristic interest:
Castelo de Guimarães	Guimarães Castle
Palácio dos Duques de Bragança	Ducal Palace
Largo da Oliveira e Praça de S. Tiago	Largo da Oliveira and Praça de São Tiago
Centro Internacional de Artes José de Guimarães	Centro Internacional de Artes José de Guimarães
Montanha da Penha	Penha Mountain
CIDADE DE EVENTOS	CITY OF EVENTS
Guimarães foi Capital Europeia da Cultura em 2012 e Cidade Europeia do Desporto em 2013, reforçando a notoriedade da cidade como palco de realização de eventos de projeção nacional e internacional.	Guimarães was European Capital of Culture in 2012 and European Capital of Sports in 2013, reinforcing the city's renown as a stage for events of national and international projection.
CIDADE SEGURA	SAFE CITY
Guimarães goza do estatuto de ser um dos territórios com maior segurança em Portugal, com uma distância para os competidores diretos e maiores cidades do país.	Guimarães is proud to be one of the safest locations in Portugal, distinguishing itself from its direct competitors and the bigger cities of the country.
CAPACIDADE HOTELEIRA EM GUIMARÃES	GUIMARÃES' HOTEL CAPACITY
Hotéis 4**** 1091 camas	4**** hotels 1091 beds
Hotéis 3*** 354 camas	3*** hotels 354 beds
Alojamento local 811 camas	Local lodging establishments 811 beds
num raio de 25 km	within a 25km radius
+2427 camas (hotéis 3*** a 5*****)	+ 2427 beds (3*** to 5*****) hotels)
Pretende saber mais sobre Guimarães?	Would you like to know more about Guimarães?
Consulte o nosso site	Check out our website
<a href="http://www.guimaraesturismo.com">www.guimaraesturismo.com</a>	<a href="http://www.guimaraesturismo.com">www.guimaraesturismo.com</a>
GRANDES ESPAÇOS PARA GRANDES CONGRESSOS	GREAT SPACES FOR GREAT CONGRESSES

MULTIUSOS DE GUIMARÃES	MULTIUSOS DE GUIMARÃES
Com uma localização privilegiada numa das entradas principais da cidade, junto à variante urbana, o Multiusos de Guimarães foi construído com uma polivalência que lhe permite acolher grandes competições desportivas, congressos, feiras, exposições, concertos musicais e outros espetáculos.	With its privileged location in one of the main entrances of the city, next to the urban motorway, the Multiusos de Guimarães is a multipurpose structure capable of holding big sports competitions, congresses, fairs, exhibitions, concerts and other shows.
Distinguindo-se pelo conforto e qualidade, o espaço multifuncional propicia inúmeras formas de utilização em todo o tipo de eventos, sejam eles pequenos, médios ou grandes.	Distinguished for its comfort and quality, the multifaceted space allows numerous uses for all types of events, either small, medium or big.
Na nave central os layouts de utilização são configuráveis às necessidades dos promotores graças à existência de bancadas do tipo telescópico (amovíveis e parte delas transportáveis), de vários pavimentos e de cortinas opacas de elevação vertical.	In the central nave, the layouts of use are customisable according to the needs of the promoters thanks to the existence of telescopic bench seats (retractable and some of them transportable), of various pavements and of opaque vertical lift curtains.
As áreas circundantes à nave central podem ser utilizadas em conjunto ou isoladamente, evidenciando-se o pavilhão de aquecimento (para atividades desportivas ou como sala de reuniões ou congressos), duas salas de conferências, hall de entrada e galerias.	The surrounding areas of the central nave can be used together or separately, namely the sports hall (for sports activities or as a meeting or congress room), two conference rooms, the lobby and the galleries.
O Multiusos de Guimarães está também dotado de camarins/balneários, salas de apoio, gabinete de treinadores, árbitros, salas de produção, salas de imprensa, Tribuna VIP e restaurante com decoração moderna e atraente.	The Multiusos de Guimarães is also equipped with dressing rooms/locker rooms, support rooms, offices for coaches and referees, production control rooms, press rooms, a VIP lounge and a restaurant with a modern and attractive decoration.
NAVE CENTRAL	CENTRAL NAVE
Dimensões:	Dimensions:
Sem bancadas 63,20m x 61,50m	Floor space (without bench seats) 63,20m x 61,50m
área expositiva útil: 3.887 m <sup>2</sup>	full exhibition area 3.887 m <sup>2</sup>
Com bancadas 50,70m x 36,50m	Floor space (with bench seats) 50,70m x 36,50m
área expositiva útil: 1.850m <sup>2</sup>	full exhibition area 1.850m <sup>2</sup>
Capacidade máxima	Full capacity

Plateia cadeiras: máx. 2.000 lugares	Ground floor seating: maximum 2.000 people
Plateia em pé: 8.500 lugares	Ground floor standing: 8.500 people
Bancada e plateia em pé: 7.150 lugares	Bench seats plus ground floor standing: 7.150 people
Bancada e cadeiras: 5.000 lugares	Bench seats plus ground floor seating: 5.000 people
PAVILHÃO DE AQUECIMENTO	SPORTS HALL
Utilização desportiva reconvertível em sala de reuniões ou congressos	Used for sports activities, convertible into meeting or congress rooms
Pavimento fixo de madeira flutuante	Floating hardwood pavement
Dimensões: 34m x 19m – 646 m2	Dimensions: 34m x 19m – 646 m2
Capacidade: até 650 lugares sentados	Capacity: up to 650 seats
SALA DE CONFERÊNCIAS 1	CONFERENCE ROOM 1
Dimensões: 45m2 (6,73m x 6,73m)	Dimensions: 45m2 (6,73m x 6,73m)
Capacidade total: 48 lugares sentados (48-plateia, 24-reunião e 18-U)	Full capacity: 48 seated (48 - theatre, 24 – hollow square, 18 - U shape)
Sistema de som e de projecção	Sound and projection system
SALA DE CONFERÊNCIAS 2	CONFERENCE ROOM 2
Dimensões: 240 m2 (20m x 12m)	Dimensions: 240 m2 (20m x 12m)
Capacidade até 150 lugares sentados	Capacity: up to 150 seated
Sistema de som e de projecção	Sound and projection system
HALL DE ENTRADA	LOBBY
600m2 (15m x 40m)	600m2 (15m x 40m)
SALAS DE IMPRENSA	PRESS ROOMS
Dois gabinetes para a imprensa (total de 36 postos de trabalho)	Two rooms for the press (total of 36 work stations)
Dois gabinetes para Televisão (4 postos de trabalho)	Two rooms for television (4 work stations)
GALERIAS	GALLERIES

1.900m2 ao nível do primeiro piso circundante e com visibilidade para a nave central	Area of 1.900m2 surrounding the first level with a view to the central nave
RESTAURANTE	RESTAURANT
Capacidade: 90 pessoas em simultâneo	Capacity: 90 people simultaneously
TRIBUNA VIP	VIP SUITE
Acesso independente pelo exterior, enquadrada com a nave central e equipada com 30 cadeiras de luxo	Independent access from the outside, framed with the central nave and equipped with 30 luxury chairs
OUTROS ESPAÇOS	OTHER SPACES
Camarins/balneários	Dressing rooms/locker rooms
Gabinetes e salas de apoio à produção	Offices and production control rooms
SERVIÇOS	SERVICES
O Multiusos de Guimarães disponibiliza um conjunto alargado de serviços, entre os quais de bilhética, catering e serviços de apoio à produção e realização de todos os tipos de evento	The Multiusos de Guimarães offers a wide range of services, including ticket line, catering, production support services and organisation of all types of events
WI-FI GRÁTIS	FREE WI-FI
PARQUE DE ESTACIONAMENTO	PARKING LOT
Estacionamento exterior: 1.100 lugares	Exterior parking: 1.100 spaces
Estacionamento privativo: 20 lugares	Private parking: 20 spaces
Lugares marcados para autocarros e táxis	Specific parking for buses and taxis
(morada e contactos)	(morada e contactos)
CENTRO CULTURAL VILA FLOR	CENTRO CULTURAL VILA FLOR

O Centro Cultural Vila Flor é um espaço de referência no panorama cultural nacional, localizado em pleno coração histórico de Guimarães.	The Centro Cultural Vila Flor is a space of reference in the context of national culture, located at the very heart of historical Guimarães.
Instalado no Palácio Vila Flor, edifício do século XVIII, prima pela conjugação da história da Quinta, dos seus magníficos jardins e admirável arquitetura que se desdobra em memórias ancestrais e traços de modernidade.	Inserted in the Vila Flor Palace, an 18th century building, it stands out for the history of the <i>Quinta</i> , the magnificent gardens and admirable architecture that unfolds along ancestral memories and modern lines.
O edifício, projetado de raiz para a apresentação de espetáculos de índole cultural, foi também concebido de forma a otimizar todos os recursos e a criar estruturas da mais alta qualidade capazes de permitir a sua múltipla utilização enquanto espaço aberto à realização dos mais diversos eventos.	The building, primarily projected to hold cultural shows, was also built to optimise all the resources and to create the highest quality structures capable of being used in various situations as a space to hold and host all types of events.
O Centro Cultural Vila Flor oferece condições ímpares para a realização de eventos de natureza variada.	The Centro Cultural Vila Flor offers unique conditions to hold events of different kinds.
O edifício contempla 2 auditórios e 4 salas de reuniões vocacionadas para responder às mais variadas solicitações, desde congressos, seminários, palestras, colóquios ou reuniões.	The building has 2 auditoriums and 4 meeting rooms dedicated to answering all requests, from the holding of congresses to seminars, presentations, conferences or meetings.
<b>GRANDE AUDITÓRIO</b>	<b>GREAT AUDITORIUM</b>
Auditório com capacidade para 794 lugares em plateia + 5 lugares destinados a pessoas com mobilidade reduzida	Auditorium with capacity for 794 seats + 5 places destined for people with reduced mobility
Quatro cabines de tradução para 4 línguas	Four translation booths for 4 languages
Dois amplos foyers com um bar de apoio aos serviços de coffee break, espaço para secretariado, balcões de receção e atendimento de bengaleiro, com possibilidade para exposições técnicas, cocktails, coffee-breaks, etc.	Two wide foyers with a support bar for coffee break services, space for secretariat, reception desks and cloakroom; it can be used for technical exhibitions, cocktails, coffee-breaks, etc.
<b>PEQUENO AUDITÓRIO</b>	<b>SMALL AUDITORIUM</b>
Auditório com capacidade para 188 lugares em plateia + 2 lugares destinados a pessoas com mobilidade reduzida	Auditorium with capacity for 188 seats + 2 places destined for people with reduced mobility
Duas cabines de tradução simultânea para 2 línguas	Two simultaneous translation booths for 2 languages

Um foyer com espaço para secretariado, bengaleiro e bar de apoio aos serviços de coffee break, possibilitando a sua utilização para exposições técnicas, cocktails, coffee-breaks, etc.	A foyer with space for secretariat, with cloakroom and support bar for coffee-break services, and the possibility of being used for technical exhibitions, cocktails, coffee-breaks, etc.
PALÁCIO VILA FLOR	VILA FLOR PALACE / PALÁCIO VILA FLOR
4 salas de reuniões de 60m <sup>2</sup> , com iluminação natural e artificial e com capacidade para 55 lugares em plateia, 29 em mesa “u”, 34 em mesa “o” e 24 lugares em escola (cada sala poderá ser mobilada e estruturada de acordo com as necessidades específicas de cada evento)	4 meeting rooms with 60m <sup>2</sup> with natural and artificial lighting and capacity for 55 seats, 29 u-shaped, 34 o-shaped and 24 in classroom (each room can be furnished and structured according to the specific needs of each event)
O Hall da sala S1 possibilita a realização de reuniões de trabalho, ações de formação, lançamento de produtos e coffee-breaks para 50 pessoas	The lobby of Room S1 can be used for work meetings, training activities, product launches and coffee-breaks for 50 people
Três destas salas estão preparadas para tradução simultânea em duas línguas	Three of these rooms are prepared for simultaneous translation in 2 languages
RESTAURANTE	RESTAURANT
Capacidade/pax: 75 em banquete e 120 em receção	Capacity/pax: 75 in banquet and 120 in cocktail
Possibilidade de utilização: almoços, jantares, cocktails, receções, etc.	Possible uses: lunches, dinners, cocktails, receptions, etc.
CAFÉ CONCERTO	<i>CAFÉ CONCERTO</i>
Capacidade/pax: 200 em receção	Capacity/pax: 200 in cocktail
PARQUE DE ESTACIONAMENTO COBERTO	COVERED PARKING LOT
Capacidade/pax: 150 lugares	Capacity/pax: 150 spots
SERVIÇOS	SERVICES
O Centro Cultural Vila Flor disponibiliza um vasto leque de serviços de apoio à produção e realização de todos os tipos de eventos, equipamentos técnicos, catering, entre outros.	The Centro Cultural Vila Flor offers a wide range of services that support the production and organisation of all kinds of events, providing technical equipment, catering and others.
WI-FI GRATUITO	FREE WI-FI



(morada e contactos)	(morada e contactos)
Postos de informação turística	Tourist information offices
(moradas+contactos)	(moradas+contactos)
Email+site	Email+site
EDIÇÃO MARÇO 2020	EDITED MARCH 2020

Tabela 3 - Brochura - Guimarães, cidade de congressos e eventos, tradução para inglês

#### 4. Inquérito de Satisfação Turismo

Inquérito de satisfação TURISMO	TOURISM satisfaction survey	Enquête de satisfaction TOURISME
Este inquérito destina-se a avaliar o seu grau de satisfação relativamente ao serviço prestado na Loja de Turismo. As respostas obtidas têm como finalidade avaliar a qualidade do serviço prestado, de forma a desenvolver uma melhoria contínua.	This survey aims to assess your level of satisfaction regarding the service offered at the Tourist Office. The purpose of the collected answers is to evaluate the service provided in order to ensure a continuous improvement.	Cette enquête a comme objectif d'évaluer votre niveau de satisfaction concernant le service de l'office de tourisme. Les réponses obtenues visent à évaluer la qualité du service fourni afin d'en proposer l'amélioration.
A sua opinião é importante para nós!	Your opinion is important to us!	Votre opinion est importante pour nous !
Idade	Age	Age
<25	<25	<25
26 – 45	26 – 45	26 – 45
46 – 65	46 – 65	46 – 65
>65	>65	>65
Sexo	Gender	Genre
Feminino	Female	Féminin
Masculino	Male	Masculin
Residência	Place of residence	Résidence
Portugal	Portugal	Portugal
Outro país	Other country	Autre pays
1 - Atendimento presencial	1 - Face-to-face customer service	1 – Accueil présentiel
a. Horário e funcionamento	a. Opening hours	a. Horaire d'ouverture
b. Tempo de espera	b. Waiting time	b. Temps d'attente
c. Simpatia e educação no atendimento	c. amiability and politeness	c. Sympathie et politesse
d. Competência e clareza das informações	d. Competence and clarity of the information	d. Compétence et clarté des informations

2 - Serviços	2 - Service	2 - Services
a. Organização demonstrada pelos serviços	a. Organisation of the services	a. Organisation des services
b. Qualidade da informação (material promocional)	b. Quality of the information (promotional material)	b. Qualité de l'information (matériel promotionnel)
3 - Instalações	3 - Facilities	3 - Installations
a. Acessibilidade	a. Accessibility	a. Accès
b. Organização e funcionalidade	b. Organisation and functionality	b. Organisation et fonctionnalité
c. Qualidade e conforto	c. Quality and comfort	c. Qualité et confort
Muito insatisfeito	Very dissatisfied	Très insatisfait
Insatisfeito	Dissatisfied	Insatisfait
Satisfeito	Satisfied	Satisfait
Muito satisfeito	Very satisfied	Très satisfait
4 - Sugestões/Observações:	4 - Suggestions/Observations:	4 - Suggestions/Observations :
Agradecemos a sua colaboração. A sua resposta permite melhorar a qualidade do serviço que prestamos.	We thank you for your collaboration. Your answers will allow us to improve the service we provide.	Nous vous remercions pour votre collaboration. Votre réponse permettra d'améliorer la qualité de nos services.

Tabela 4 - Inquérito - Satisfação Turismo, tradução para inglês e francês

### 2.2.3. Análise das traduções – dificuldades e soluções

Nesta parte será feita uma análise das traduções realizadas, enumerando as principais dificuldades e problemas de tradução encontrados durante o processo e as soluções para resolvê-los, enumerando também os recursos utilizados para tal.

Primeiramente, será feita uma análise geral das dificuldades que engloba a totalidade dos textos. Depois, de forma a facilitar a análise das traduções, os textos serão agrupados por afinidades. É o caso dos inquéritos, que serão agrupados e analisados em conjunto, uma vez que o tipo de dificuldades e problemas encontrados nos três inquéritos foram os mesmos. A tradução da brochura será analisada individualmente, por ser um texto mais longo e com uma linguagem e redação diferentes.

De forma global, a maior dificuldade de tradução prendeu-se com o facto de as traduções serem feitas de português – a minha primeira língua para inglês e francês – as minhas segunda e terceira línguas. Isto causou dificuldades, principalmente a nível terminológico e sintático, por serem línguas que não domino totalmente.

Para resolver estas dificuldades, a pesquisa de textos comparáveis foi essencial para recolher terminologia e fraseologia das línguas de chegada nos tipos de textos a traduzir.

Falando, por exemplo, na fraseologia dos inquéritos e terminologia usada neste tipo de redação, os textos comparáveis forneceram informação relevante para compreender como se processa a formulação dos diferentes tipos de perguntas e opções de resposta nas línguas de chegada, que têm, por vezes formas imutáveis; e, com isso proceder à sua tradução correta.

Já na tradução da brochura, as maiores dificuldades prenderam-se com vocabulário e definições. O texto possui alguma linguagem específica, no que toca a designações de objetos ou mobiliário, uma vez que expõe as características de salas diversas – de espetáculos ou reuniões, por exemplo. Neste caso, também os textos comparáveis foram essenciais para descobrir como se designam essas salas ou peças na língua de chegada.

Seguem-se as análises específicas, primeiro dos inquéritos, depois da brochura.

## INQUÉRITOS

### 1. Inquérito VS Questionário

Tanto um termo como outro são encontrados nos textos de partida, e suscitaram dúvidas quanto à sua definição e sinonímia.

Por definição, um questionário, segundo o dicionário Priberam (online) é “1. Série de questões ou perguntas. 2. Interrogatório.”<sup>5</sup> e um inquérito é, segundo a mesma fonte o “1. Acto ou efeito de inquirir. 2. “Investigação que pretende averiguar determinados factos.”<sup>6</sup>

No fundo, as definições demonstram dois conceitos distintos, e segundo a informação da página online da *Survey Monkey*, uma ferramenta de desenvolvimento de pesquisas/questionários online, “*The difference between survey and questionnaire is that the latter includes any written set of questions; while the former is both the set of questions and the process of collecting, aggregating, and analyzing the responses from those questions. In other words, “questionnaire” describes content, while “survey” is a broader term that describes content, method, and analysis.*”<sup>7</sup>

No entanto, os dois termos são considerados e usados como sinónimos, como a mesma fonte prevê “*Many people, even professional researchers, still use the two terms interchangeably.*”, e neste caso, após consultar a entidade que desenvolveu os textos, os dois termos foram usados indiferentemente como sinónimos, e, por isso, na tradução também.

No caso da tradução para inglês, ambos os termos foram traduzidos para “*Survey*”, por ser o termo mais usado nos textos comparáveis consultados. Na tradução para francês, transformou-se “Inquérito” em “*Enquête*” e “Questionário” em “*Questionnaire*”, optando por uma tradução literal, porque nos textos comparáveis consultados tanto se encontrava um termo como o outro. Na minha tradução, tal como explicado, os termos foram tratados como sinónimos, e por isso, a tradução literal foi a opção escolhida.

## 2. Escalas de satisfação/concordância (Escala de Likert)

Em dois dos inquéritos, existem escalas para medir o nível de satisfação ou concordância relativamente a serviços disponibilizados, por exemplo. Essas escalas possuem vocabulário que quantifica os níveis de satisfação ou concordância relativamente a um assunto; foi aí que surgiram as dificuldades, pois há várias formulações de contentamento ou descontentamento nestas escalas.

No questionário “As Perceções dos Visitantes” há duas versões de formulação destes níveis em relação à concordância e à qualificação de um serviço. A escala de concordância é medida de “discordo completamente” a “concordo completamente”. Segue um exemplo desta escala presente no questionário anteriormente enunciado, com as respetivas traduções para inglês e francês.

---

<sup>5</sup> "questionário", in Dicionário Priberam da Língua Portuguesa 2008-2020, <https://dicionario.priberam.org/question%C3%A1rio> [consultado em 19-10-2020].

<sup>6</sup> "inquérito", in Dicionário Priberam da Língua Portuguesa 2008-2020, <https://dicionario.priberam.org/inqu%C3%A9rito> [consultado em 19-10-2020].

<sup>7</sup> *Survey Monkey – Questionnaire or Survey* - <https://www.surveymonkey.com/mp/survey-vs-questionnaire/> [consultado entre 24 e 29 de fevereiro de 2020]

Indique o seu grau de concordância/discordância relativamente aos seguintes atributos de Guimarães:	State your level of agreement/disagreement regarding the following traits of Guimarães:	Indiquez votre niveau d'accord/désaccord concernant les caractéristiques suivantes de Guimarães :
Discordo completamente	Completely disagree	Pas du tout d'accord
Discordo	Disagree	Pas d'accord
Nem discordo, nem concordo	Neither agree nor disagree	Ni en accord, ni en désaccord
Concordo	Agree	D'accord
Concordo completamente	Completely agree	Tout à fait d'accord
N/S	No opinion	Sans opinion

Tabela 5 - Tradução de escala de concordância (exemplo), excerto do Questionário – As percepções dos visitantes

Neste excerto da tabela é possível ver a escolha de tradução tomada, depois da pesquisa da redação destas afirmações de concordância nos textos comparáveis, como é o exemplo do artigo online da página *Hotjar*, intitulado “*Survey questions 101: over 70 survey question examples + types of surveys and FAQs*”<sup>8</sup>, consultado durante a realização desta tradução, que exemplifica como formular este tipo de questões.

Já na tradução para francês, foram usadas as fórmulas de um exemplo demonstrativo de uma escala de Likert aplicada num questionário.

Voici une série d'affirmations que l'on peut entendre sur les enquêtes en ligne. Pour chacune d'elles êtes-vous d'accord ou pas d'accord ?

	Tout à fait d'accord	Plutôt d'accord	Ni d'accord ni pas d'accord	Plutôt pas d'accord	Pas du tout d'accord
L'enquête en ligne est un moyen économique pour réaliser son enquête	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pour un non spécialiste, une enquête en ligne est complexe à mettre en œuvre	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
On ne sait jamais exactement qui répond à une enquête en ligne	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Une enquête en ligne est tout aussi fiable qu'une enquête menée en face à face ou par téléphone	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Une enquête en ligne, c'est rapide à réaliser	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Suivant

Figura 12 - Exemplo de escala de Likert em francês

(fonte: <https://blog.questio.fr/echelles-attitude-zoom-echelle-de-likert>)

### 3. Diferenças de organização interna

<sup>8</sup> In <https://www.hotjar.com/blog/survey-questions/> [consultado entre 24 e 29 de fevereiro de 2020]

No Inquérito “Perfil do turista que visita Guimarães”, uma das questões remete para as habilitações académicas do turista. Segue-se o excerto em questão.

Habilitações académicas	Academic qualifications	Niveau de scolarité
Ensino básico	9 <sup>th</sup> grade	Collège
Ensino secundário	12 <sup>th</sup> grade	Lycée
Ensino superior	College education	Enseignement supérieur

Tabela 6 - Tradução de habilitações académicas, excerto do Inquérito - Perfil do turista que visita Guimarães

O problema de tradução aqui encontrado prende-se com o tratamento dos graus académicos nas línguas de chegada, ou seja, os equivalentes a “ensino básico”, “ensino secundário” e “ensino superior”. Trata-se de uma dificuldade do ponto de vista da organização da formação escolar, que tem designações diferentes que não correspondem exatamente ao “ensino primário”, “ensino secundário” e “ensino superior” presentes no texto de partida.

Dos sites consultados, o mais pertinente foi uma página online do Ministério da Educação Francês<sup>9</sup> que contém todos os graus escolares, à exceção do ensino superior, e oferece uma explicação básica de cada um dos graus escolares. Esta informação demonstrou ser de extrema importância para entender qual a designação dos graus escolares equivalentes de uma língua para a outra, neste caso em francês.

Já em inglês, os graus de escolaridade referentes às opções dispensadas no texto de partida não correspondem numa e noutra língua. Para além disso, há demasiadas variantes no sistema escolar dos países que falam inglês.

A solução de tradução passou por generalizar, atribuindo ao nível de escolaridade presente no texto de partida, ao invés de um grau de escolaridade, o ano de estudos a que o mesmo corresponde, ou seja, “ensino básico”, por exemplo, corresponde ao 9º ano e, por isso, “*9th grade*”.

Em francês, o termo “*collège*” também não corresponde exatamente ao ensino básico português, que perfaz 5 anos da escolaridade e não os quatro previstos no “*collège*”. No entanto, no contexto desta tradução, não é muito relevante, uma vez que o que se pretende recolher é o nível geral de escolaridade que a pessoa tem, e tendo terminado o “*collège*” é o equivalente a ter terminado o ensino básico.

## BROCHURA “Guimarães, Cidade de Congressos Eventos”

### 1. Nomes próprios

<sup>9</sup> In <https://www.education.gouv.fr/organisation-de-l-ecole-12311> [consultado entre 24 e 29 de fevereiro de 2020]

A brochura faz referência a locais, como cidades ou ruas, por exemplo. Na tradução, a transformação de nomes, habitualmente, não se faz. Isto é porque os nomes atribuídos a pessoas, a ruas ou a praças não mudam de uma língua para a outra. No entanto, há casos em que já existe uma tradução estabelecida e isso obriga a uma tomada de decisão que coloca em perspectiva esta ideia, pois a tradução dos nomes próprios tem de ser feita de forma a garantir a coerência do texto.

Para que o texto de chegada não perca coerência, as soluções ou opções de tradução deviam manter-se as mesmas quando se trata da tradução do mesmo tipo de informação, como são, neste caso, as designações (substantivos) nominais de lugares. No entanto, existem traduções oficiais dos nomes em algumas destas ocasiões, e por isso, o texto de chegada pode conter nomes traduzidos e nomes originais.

Pode-se citar o caso da cidade de Lisboa presente neste texto, que tem uma tradução oficial por ser a capital do país, tanto para a língua inglesa, como para outras. Tendo isto em conta, no caso deste texto, as secções que correspondem a nomes ou que contêm nomes próprios foram traduzidas de acordo com a informação disponibilizada nos sites oficiais dos locais: se no sítio online o nome do local se encontrar traduzido completa ou parcialmente, na minha tradução, é essa designação que consta.

No caso do Parque Nacional da Peneda-Gerês, mencionado no texto, presente no excerto seguinte, aquando da pesquisa de sites oficiais traduzidos para inglês, não foram encontradas muitas alternativas. Utilizei a opção encontrada na página do Turismo Porto e Norte<sup>10</sup>, onde é possível ler sobre o Parque em inglês. Aqui, traduzem o nome parcialmente para “*Peneda-Gerês National Park*”, e foi esta a designação que utilizei na minha tradução.

No caso do Aeroporto Francisco Sá Carneiro, o sítio oficial do aeroporto em inglês<sup>11</sup> utiliza a designação de “Porto Airport” ou “Aeroporto do Porto”, na opção da página em português. Este aeroporto é conhecido tanto pela designação de “Aeroporto do Porto” como pela de “Aeroporto Francisco Sá Carneiro” e ambas as opções estão corretas.

Posto isto, e tendo em conta que “Aeroporto Francisco Sá Carneiro” foi a designação usada no texto de partida, a solução passou por traduzir parcialmente esta designação tal como no exemplo anterior, em que apenas a parte que não corresponde ao nome da localidade/montanha foi traduzido e “Peneda-Gerês” se manteve. Neste caso, a parte que corresponde ao nome da figura Francisco Sá Carneiro manteve-se também na língua de origem, traduzindo “aeroporto” para “*airport*” – “*Francisco Sá Carneiro Airport*”. No entanto, não esquecendo a possibilidade da outra designação (Aeroporto do

---

<sup>10</sup> In <http://www.visitportoandnorth.travel/Porto-and-the-North/Visit/Artigos/Discovering-the-Peneda-Geres-National-Park> [consultado entre 4 e 11 de março de 2020].

<sup>11</sup> In <https://www.aeroportoporto.pt/en/opo/home> [consultado entre 4 e 11 de março de 2020].



Porto) que localiza o aeroporto no espaço, na minha tradução optei por adicionar essa informação, entre parêntesis, para clarificar o leitor.

O aeroporto Francisco Sá Carneiro fica localizado a apenas 40 minutos.	Francisco Sá Carneiro Airport (in Porto) is only 40 minutes away.
(...) Parque Nacional da Peneda-Gerês(...). O Douro, Património Mundial, conhecido pelo Vinho do Porto (...).	(...) Peneda-Gerês National Park (...). The Douro region, World Heritage, known for the Porto Wine (...).

Tabela 7 - Tradução de nomes próprios (exemplo), excerto do texto Guimarães, cidade de congressos e eventos

Há também o caso das paisagens arquitetónicas listadas no texto de partida, presentes no excerto seguinte, neste caso, a estratégia manteve-se – verificar nos sítios oficiais como os locais são referidos e utilizar essa designação.

Alguns pontos de interesse turístico:	Some points of touristic interest:
Castelo de Guimarães	Guimarães Castle
Palácio dos Duques de Bragança	Ducal Palace
Largo da Oliveira e Praça de S. Tiago	Largo da Oliveira and Praça de São Tiago
Centro Internacional de Artes José de Guimarães	Centro Internacional de Artes José de Guimarães
Montanha da Penha	Penha Mountain

Tabela 8 - Tradução de nomes próprios (exemplo2), excerto do texto Guimarães, cidade de congressos e eventos

O site oficial do Paço dos Duques de Bragança<sup>12</sup> contém informação sobre o Paço, o Castelo e a Igreja de São Miguel, os três monumentos presentes na mesma colina, e utiliza a tradução dos locais escolhida no texto de chegada, conforme o excerto acima.

O Largo da Oliveira e a Praça de São Tiago mantêm a sua designação na língua de chegada, uma vez que não foi encontrada informação relevante que os identifique de outra forma. No sítio online do Turismo de Portugal<sup>13</sup> é possível verificar que no texto fornecido em inglês no nome do Largo da Oliveira, por exemplo, se encontra na sua forma original, completamente em português.

## 2. Designação de tipos de salas e espaços

O texto de partida menciona dois espaços com condições para albergar diferentes tipos de eventos e, por conseguinte, enumera cada uma das salas disponíveis, assim como as salas de apoio e características.

<sup>12</sup> In <https://pacodosduques.gov.pt/monumentos/paco-dos-duques/?lang=en> [consultado entre 4 e 11 de março de 2020]

<sup>13</sup> In <https://www.visitportugal.com/en/NR/exeres/9FD0C908-905C-4119-8821-A155EC3C4CEB> [consultado entre 4 e 11 de março de 2020]

Algumas destas salas têm nomes técnicos, específicos da área da construção ou arquitetura. Para a sua tradução precisei de angariar informação no sentido de depreender qual seria o método de tradução mais indicado: se poderia usar uma tradução literal ou livre, ou se existiam referências quanto à denominação destes elementos na línguas de chegada em textos comparáveis ou técnicos destas áreas.

NAVE CENTRAL	CENTRAL NAVE
PAVILHÃO DE AQUECIMENTO	SPORTS HALL
SALA DE CONFERÊNCIAS 1	CONFERENCE ROOM 1
SALA DE CONFERÊNCIAS 2	CONFERENCE ROOM 2
HALL DE ENTRADA	LOBBY
SALAS DE IMPRENSA	PRESS ROOMS
GALERIAS	GALLERIES
RESTAURANTE	RESTAURANT
TRIBUNA VIP	VIP SUITE
OUTROS ESPAÇOS	OTHER SPACES

Tabela 9 - Tradução de designações de espaços/salas, excerto do texto Guimarães, cidade de congressos e eventos

Este excerto expõe os espaços ou salas disponíveis para a realização de eventos diversos no Multiusos de Guimarães. A maior parte das traduções destes espaços foram feitas recorrendo maioritariamente à tradução livre, transpondo a informação de português para inglês mais ou menos literalmente. A informação encontrada nos textos comparáveis consultados sugeria designações diversas destes tipos de espaços, e não apenas uma denominação concreta ou inflexível do tipo de espaços presentes no texto de partida.

A “Nave Central” constituiu a maior dificuldade, mas uma vez encontrada a origem da designação de “nave”<sup>14</sup>, termo do latim usado primordialmente na arquitetura de igrejas, entretanto adotado para designações de construções modernas. Tomei a decisão de manter o termo inalterado no texto de chegada.

Outros sítios consultados na recolha de vocabulário relativo às designações dos espaços e salas incluem a documentação da O2 Arena<sup>15</sup>, importante para obter informação, principalmente a nível de terminologia, não só na designação das salas, como no que a organização de eventos diz respeito.

<sup>14</sup> In <https://www.britannica.com/topic/nave> [consultado entre 4 e 11 de março de 2020]

<sup>15</sup> In <https://www.theo2.co.uk/assets/doc/The-O2-Deck-2019-91215e4112.pdf> e <https://www.theo2.co.uk/assets/doc/AEG-Europe-Corporate-and-Special-Events-Brochure-ce463c56a2.pdf> [consultados entre 4 e 11 de março de 2020]

### 3. Disposição das salas

Para além da referência às salas e respetivos nomes, também a sua disposição é tida em conta no texto de partida. As salas disponibilizadas para receber eventos descritas no documento são, na maioria das vezes, ecléticas e podem assumir disposições diferentes conforme o tipo de evento a decorrer, como reuniões ou congressos.

Assim sendo, todas as disposições possíveis são enumeradas e denominadas ao longo do texto de partida.

PALÁCIO VILA FLOR	VILA FLOR PALACE / PALÁCIO VILA FLOR
4 salas de reuniões de 60m <sup>2</sup> , com iluminação natural e artificial e com capacidade para 55 lugares em plateia, 29 em mesa “u”, 34 em mesa “o” e 24 lugares em escola (cada sala poderá ser mobilada e estruturada de acordo com as necessidades específicas de cada evento)	4 meeting rooms with 60m <sup>2</sup> with natural and artificial lighting and capacity for 55 seats, 29 u-shaped, 34 o-shaped and 24 in classroom (each room can be furnished and structured according to the specific needs of each event)

Tabela 10 - Tradução de disposição da sala, excerto do texto Guimarães, cidade de congressos e eventos

Neste exemplo, verificam-se as designações de “lugares em plateia”, “mesa “u””, “mesa “o”” e “lugares em escola”. No sítio online anteriormente exposto, referente à O2 Arena, já acima referido, é possível verificar alguma desta terminologia. No entanto, no *blog “Event Connect”*<sup>16</sup>, esta informação encontra-se resumida e, por isso, mais facilmente consultável. As duas fontes foram utilizadas para encontrar as soluções de tradução destes elementos presentes no texto de chegada.

#### 2.3. Projeto turístico

A última das tarefas individuais e específicas do plano de estágio prendeu-se com a realização de um projeto turístico que valorizasse a cidade e o turismo em Guimarães. Nesta parte do relatório segue-se o processo de criação e fundamentação da ideia, seguido da caracterização dos passos tomados para a realização do projeto, assim como a sua contextualização, a descrição e os objetivos. O projeto completo encontra-se nos anexos.

O nome dado ao projeto é “Ver Guimarães Sentado”. Trata-se de um percurso turístico no âmbito do turismo cultural e local que pretende criar uma forma inovadora de visitar a cidade, valorizando a sua cultura e história, enquanto pontos fulcrais do turismo em Guimarães.

“Ver Guimarães Sentado” propõe um percurso que permite a visita de Guimarães e dos seus pontos de interesse, cujo foco principal é um lugar sentado, seja este um banco ou escadas, de onde o

<sup>16</sup> <https://www.eventconnect.com/pressreleases.aspx?pr=1703> [consultado entre 4 e 11 de março]

participante possa desfrutar de uma vista especial. Mostrar a cidade a partir de outra perspectiva é o principal objetivo.

O público-alvo do percurso são os jovens-adultos, tanto estrangeiros, como vimaranenses ou portugueses de outros lugares. Enquanto estagiária do Posto de Turismo em Guimarães, foi possível perceber que a maioria dos visitantes da cidade pertencem a uma faixa etária mais velha. A criação do projeto teve em vista a necessidade de dinamizar o turismo cultural vimaranense junto de um público mais jovem.

A principal ideia surgiu da combinação de um passeio pela cidade com a descoberta de uma aplicação francesa intitulada “*Sur Les Bancs*”. Durante o meu passeio, um banco especialmente bem localizado na Alameda de São Dâmaso, com vista para a icónica muralha vimaranense, onde se pode ler “Aqui Nasceu Portugal”, fez-me pesquisar sobre “turismo com bancos”. Num site francês sugeriu a aplicação “*Sur Les Bancs*”<sup>17</sup>. Esta aplicação foi criada na festa da Noite Branca em Paris e baseia-se na geolocalização. O participante usa o telemóvel para encontrar um banco nos parques e jardins de Paris, e aí senta-se e “desbloqueia” na aplicação o áudio de uma história da qual pode desfrutar com os seus auriculares.

O banco que desencadeou esta pesquisa fez-me pensar que Guimarães tem vários locais de interesse que os visitantes podem apreciar sentados. O projeto adapta esta forma relaxada de turismo às características da cidade de Guimarães, usando bancos ou outros “assentos” mais insólitos de que a cidade dispõe. “Ver Guimarães Sentado” pretende, deste modo, facultar aos participantes uma experiência de imersão na vida quotidiana de Guimarães, com o simples gesto de “sentar e relaxar”. Enquanto conceito aplicado ao turismo, “experiência”, implica a utilização de “todos os sentidos, e não apenas o visual” durante uma visita (Marujo, 2016, p.2).

No projeto Ver Guimarães Sentado, este conceito de “experiência turística” é implementado, pois para além do percurso dos bancos que permite uma visita aos principais pontos de interesse, quando o participante chega ao “assento”, tem um áudio disponível. Nesse áudio pode ouvir informação sobre o ambiente que o rodeia, a história do monumento que tem à sua frente, se for o caso, ou apenas curiosidades sobre o espaço onde se sentou.

Seria simultaneamente uma visita virtual e presencial, onde o participante recorre ao uso do telemóvel para o acompanhar e apoiar a visita que faz presencialmente. A partir de um ficheiro a descarregar no telemóvel, o participante teria acesso a todos os documentos necessários para a sua experiência: o mapa, os áudios, a localização do “assento” e todas as informações necessárias para uma

---

<sup>17</sup> In <http://www.club-innovation-culture.fr/sur-les-bancs-lapplication-geolocalisee-qui-veut-vous-raconter-des-histoires/> [consultado em março de 2020]

visita relaxada. Para tornar a visita mais acessível a participantes menos confortáveis com as tecnologias, todos estes documentos (sugestões de apresentação no anexo 5) estariam disponíveis em formato papel, organizados num pequeno livro, por exemplo.

No sentido de tirar o maior partido de Guimarães como destino cultural, dos seus atributos arquitetónicos, da sua história e tradições, o projeto engloba duas partes: turismo cultural/local e tradição vimaranense.

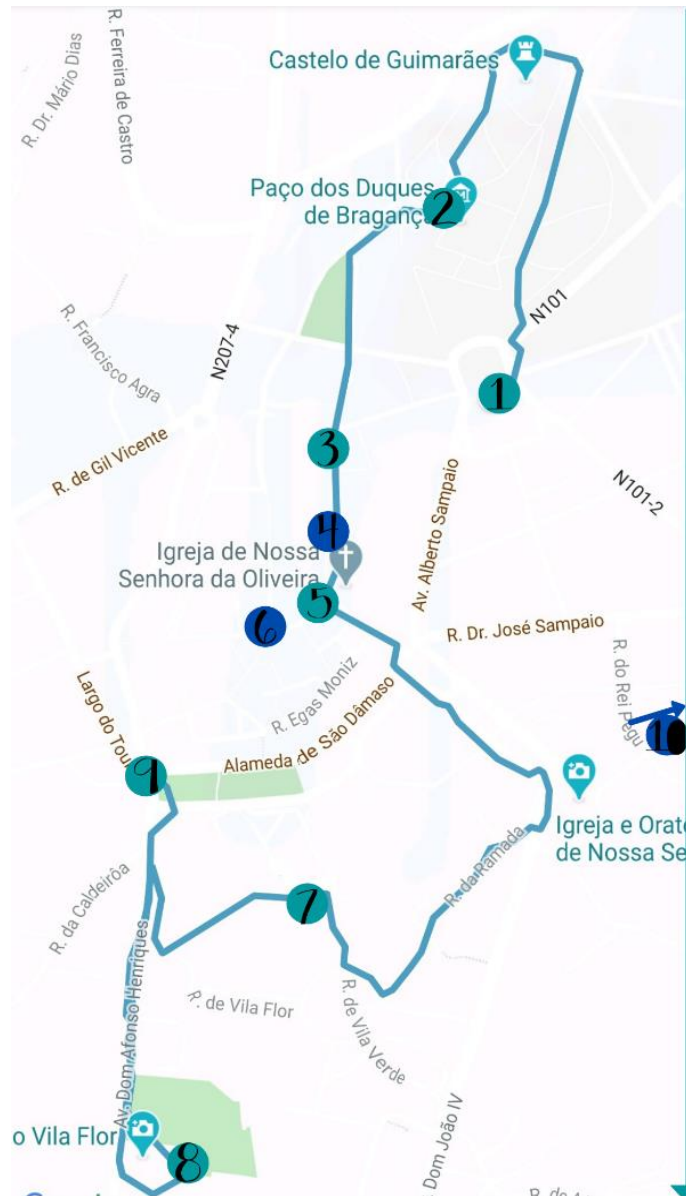
Na primeira parte insere-se o percurso que permite visitar os pontos de interesse da cidade. Os participantes seguem um mapa, fazendo a visita dos pontos de interesse, com o objetivo de encontrar o “assento”. Depois, com a ajuda de conteúdos áudio, obtêm informação e curiosidades sobre o espaço envolvente. O mapa sugere um itinerário, mas o participante pode começar pelo ponto que quiser ou mesmo saltar pontos, e os áudios podem ser ouvidos em qualquer ordem. O participante tem pleno controlo da sua visita.

O percurso principal desenrola-se pelo centro histórico e centro urbano de Guimarães, mas de forma a inserir o maior número de locais a visitar, o projeto propõe um percurso alargado que insere a Montanha da Penha. Para lá chegar, o participante usaria o teleférico como meio de transporte, proporcionado assim uma experiência diferente que promove o turismo vimaranense e as suas estruturas.

Na segunda parte, o projeto adiciona os doces regionais e o artesanato, inserindo pontos de paragem no percurso que permitem a prova de Tortas de Guimarães e/ou Toucinho-do-céu (doces regionais) e outra paragem para um workshop de olaria ou bordados e visita à Loja Oficina. Com isto, o objetivo é promover o comércio local ao mesmo tempo que se divulgam as tradições de Guimarães.

O projeto pretende ser o mais sustentável, menos dispendioso e amigo do ambiente possível. Tendo isso em conta, o percurso privilegia as deslocações feitas a pé ou de bicicleta, e os custos associados ao percurso são poucos e facultativos, uma vez que advêm das experiências além-percurso principal, ou seja, a viagem de teleférico e a prova de doces e *workshop*.

A duração do percurso está estimada para um dia de visita, mas depende do ritmo de cada um e se o visitante participa nas experiências ou não. A duração do percurso, por si só, estima-se em cerca de 5 horas, incluindo a Montanha da Penha.



1. LARGO CONDESSA MUMADONA 2. PAÇO DOS DUQUES DE BRAGANÇA 3. LARGO CÔNEGO MARIA GOMES  
 4. DIVINA GULA (DOCES REGIONAIS) 5. LARGO DA OLIVEIRA 6. LOJA A OFICINA (WORKSHOP) 7. ZONA DE  
 COUROS 8. PALÁCIO VILA FLOR 9. ALAMEDA 10. TELEFÉRICO - PENHA

Figura 13 – Mapa do percurso - projeto Ver Guimarães Sentado

Este mapa delinea o percurso geral do projeto. Os pontos marcados a verde (1, 2, 3, 5, 7, 8 e 9) correspondem ao percurso principal. Os pontos marcados a azul escuro assinalam as experiências facultativas. Os pontos 4 e 6 indicam os locais da prova de doces e workshop e o ponto 10 sinaliza a localização do teleférico para a visita à Penha.

Cada um dos pontos propõe fotografias do assento e da vista para orientar o participante, uma vez chegado ao local (ver imagens abaixo). No caso do ponto 2, por exemplo, relativo ao Paço dos Duques de Bragança, o assento é um banco tradicional, mas chegados ao ponto 5, no Largo da Oliveira, o participante já tem como assento o “canteiro” da árvore.

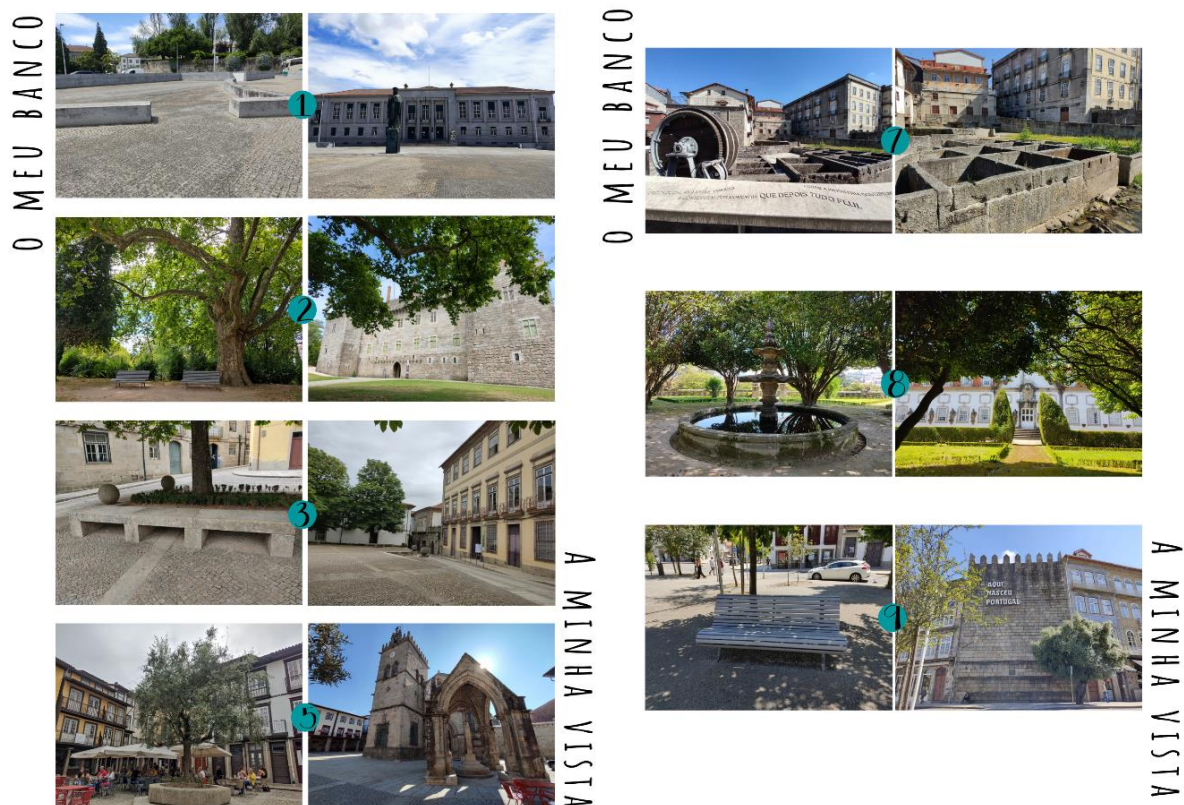


Figura 14 - Fotografias dos "assentos" - projeto Ver Guimarães Sentado

Até uma ideia se transformar no projeto final, houve uma série de outras ideias descartadas por uma ou outra razão. A primeira ideia consistia em criar um percurso do artesanato em Guimarães, que passasse pelas lojas e ateliers locais, apoiando o comércio. Este tinha como público-alvo a faixa etária dos adultos com mais de 45 anos, por normalmente terem mais interesse na cultura regional. Tendo em conta que uma considerável parte dos visitantes habituais da cidade pertence a essa faixa etária, segundo o relatório mais recente à altura *Motivações e Perfil do visitante de Guimarães* (2016) um percurso dinamizador do público numa faixa etária média-alta seria, em princípio, bem recebido (Marques, 2016, p. 12).

		Idade			
0-25	26-45	46-65	mais de 65 anos	Total	
3%	57%	34%	6%	100,0%	

Fonte: Guimarães Turismo

Figura 15 - O visitante de Guimarães por faixa etária (Marques, 2016)

No entanto, e depois de perceber que o percurso seria muito linear e pouco interessante, uma vez que os pontos de paragem e as atividades desse percurso em Guimarães passariam pelas lojas tradicionais de venda ao público e em workshops de olaria, optei por não prosseguir com essa ideia na sua totalidade e tentei tornar o percurso mais interessante. A ideia seria juntar um percurso alternativo relacionado com o património da cidade, não incluído desde logo na ideia inicial, por já ser o que os visitantes normalmente procuram. Esta ideia também não se firmou por tornar os percursos muito longos e, por isso, menos apelativos.

Como explicado anteriormente, foi após um passeio pela cidade, aliado à descoberta da aplicação “*Sur Les Bancs*” que surgiu a ideia que deu lugar ao projeto desenvolvido. Apoiando-se na existência de bancos em localizações estratégicas, a ideia foi criar um percurso que, recorrendo às características da cidade e ao uso das tecnologias, permitisse ao participante a imersão numa experiência de turismo inovadora. “Ver Guimarães Sentado” é um projeto que procura essencialmente promover a cidade a partir de um ponto de vista diferente.

Encontrar o banco e relaxar, absorvendo o ambiente envolvente é a premissa do projeto, assim sendo foi preciso pensar na viabilidade do projeto em termos sazonais. Tendo em conta os resultados estatísticos de 2018 (Divisão de Turismo, 2019, p.5), os mais recentes disponibilizados à data da conceção do projeto, o período que regista maior afluência turística compreende os meses de Verão (ver imagem abaixo). Para a realização do projeto, que propõe um passeio a pé, o Verão é a estação ideal, por registar temperaturas mais quentes e secas e, por isso, mais propícias ao passeio. Esta estatística prevê-se, então favorável para um bom desempenho do projeto junto dos visitantes.

No sentido contrário ao da ideia inicial – dinamizar o turismo para o tipo de visitante da faixa etária mais habitual – este percurso pretende apelar a um público mais jovem (até aos 25 anos) e estimular o seu interesse para o turismo cultural em Guimarães, propondo um percurso ativo, com custos reduzidos e recurso a elementos tecnológicos.

Os primeiros passos para a realização do projeto foram a recolha da informação estatística. Esta informação, por exemplo, sobre as razões pelas quais os turistas visitam Guimarães, serviu tanto para fundamentar a importância da implementação do projeto, como para fundamentar a escolha dos pontos de paragem.

Segundo a estatística analisada, dispensada pelo relatório *Motivações e Perfil do visitante de Guimarães* (Divisão de Turismo, 2019) acima já referido, a principal razão de visita a Guimarães prende-se com o facto de a cidade ser Património Mundial. Assim, a escolha dos locais a visitar inclui os principais elementos do património histórico e arquitetónico da cidade. Mas, no sentido de dar a conhecer



e dinamizar outros aspetos, o percurso também inclui locais menos conhecidos ou visitados habitualmente. Os pontos do percurso foram escolhidos tendo em vista o foco principal do projeto – os bancos – e ao mesmo tempo, a criação de um percurso coerente.

O projeto concilia as vertentes convergentes da formação académica e do estágio, as línguas, a tradução e o turismo. A visita conta com o apoio de conteúdos áudio, a serem desenvolvidos especialmente para o projeto. Os textos desses áudios, onde consta a informação dos pontos de paragem do percurso, foram escritos em português e traduzidos para inglês por mim. Estes textos foram desenvolvidos com a ajuda de informação recolhida na internet e podem ver-se na sua totalidade no anexo 5, onde o projeto está explicitado. O conteúdo dos textos reduz-se ao essencial, exprime curiosidades e História, de uma forma clara, simples e informal. Os textos foram traduzidos apenas para inglês na fase inicial, por ser a língua mais universal, mas com a perspetiva, uma vez implementado e bem-sucedido entre os visitantes, de se fazer a tradução e a locução para mais línguas. Tendo em vista o público-alvo jovem e o formato informal do percurso, os áudios dirigem-se diretamente ao visitante, como se o locutor o acompanhasse na viagem. Têm uma duração curta, de cerca de 3 minutos, para que o visitante os possa ouvir e depois aproveitar o espaço durante quanto tempo desejar, antes de seguir para o ponto seguinte. Segue-se o exemplo do texto para o ponto 3 do percurso, o Largo Cónego Maria Gomes.

### *3 – Largo Cónego Maria Gomes*

*A Rua de Santa Maria é das mais conhecidas e mais emblemáticas de Guimarães. Todos os Vimaranenses a conhecem e todos os turistas a procuram. Há documentos do século XII que se referem a esta rua já pelo seu atual nome.*

*É famosa por ter sido uma das primeiras ruas a ser abertas na cidade. O caminho que se faz ao percorrer a Rua de Santa Maria relembra o percurso antigo que constituía o elo de ligação entre a parte alta e a parte baixa da vila, ligando o Castelo ao convento fundados pela Condessa Mumadona Dias. Vários testemunhos arquitetónicos do passado permanecem nesta rua e a Casa do Arco é um dos elementos mais conhecidos e que lhe dá mais personalidade.*

*É um ótimo local para tirar uma fotografia para o Instagram, por isso aproveita que vais passar por baixo dela!*

*Deste largo, a rua é para onde fogem os olhos, mas o edifício que hoje funciona como Câmara Municipal de Guimarães é também um ponto a destacar – os vimaranenses até se referem a este largo como o largo da Câmara, mesmo não sendo o seu nome oficial.*

*Fundado no século XVI, este edifício foi um dos conventos mais ricos de Guimarães - o Convento de Santa Clara. É um edifício barroco de dois pisos com um claustro visitável gratuitamente – pede ao segurança para entrar, se o quiseres ver!*

#### 2.4. Outras atividades

As principais funções que fizeram parte do trabalho como estagiária, anteriormente descritas, foram complementadas com a realização e participação noutras tarefas e atividades. Esta parte do relatório enumera e explica todas as outras tarefas e atividades que surgiram durante o estágio. Estas tarefas pertencem ao grupo de tarefas habituais do Posto de Turismo ou são atividades mais pontuais. A participação nas mesmas permitiu perceber o trabalho dos colegas e, dessa forma, ajudar e ganhar conhecimentos gerais na área do turismo, e específicos do turismo em Guimarães.

Quando se fala de tarefas diárias, fala-se do trabalho comum a fazer além do atendimento ao visitante. Fazem parte desta lista, o preenchimento das tabelas para a contabilização estatística dos visitantes, a reposição de material informativo ou a constante recolha de informação sobre eventos culturais, através do contacto com as entidades organizadoras de eventos, ou a atualizações de listagens ou contactos, por exemplo.

Como parte de tarefas diárias do estagiário, fazia parte a assistência/ajuda aos colegas no preenchimento, na organização e transcrição para o computador dos dados estatísticos recolhidos diariamente, em formato papel, junto dos visitantes do Posto de Turismo. Estas estatísticas podem ser geográficas ou demográficas, sendo que se recolhem dados acerca das nacionalidades ou idades, motivações e forma de viagem do visitante.

Outro tipo de tarefa, mais pontual, mas recorrente, provém do desenvolvimento de conteúdos turísticos, tanto físicos, como mapas e guias ou para a página online oficial do Turismo em Guimarães. Neste caso, a tarefa prendia-se com a edição de textos, e correção de informações como horários e contactos dos estabelecimentos mencionados.

O trabalho propriamente dito consistia em contactar os locais – estabelecimentos culturais ou comerciais – e confirmar, gerir e organizar os contactos e horários, por exemplo, de forma a manter essa informação atualizada, no caso do site. No caso de guias, onde este tipo de informação consta, o objetivo é ter a informação correta antes de imprimir cópias para distribuição.

Durante o período presencial do estágio, foi possível participar em atividades organizadas pela Divisão de Turismo, mas que decorreram fora do edifício do Posto de Turismo, como é o caso das visitas orientadas. Durante o tempo de estágio acompanhei duas visitas orientadas. A primeira delas foi feita com um grupo de estudantes do Agrupamento de Escolas de Idães e Felgueiras com cerca de quinze alunos do programa ERASMUS+ de cinco diferentes nacionalidades (portuguesa, romena, eslovena, filipina, espanhola). A segunda visita foi feita com um grupo de sete participantes, alguns deles alunos de mestrado e um professor e apenas dois não eram portugueses. Este grupo estava em Guimarães para uma conferência sobre Turismo, organizada pelo IPCA (Instituto Politécnico do Cávado e Ave).

Ambas as visitas foram feitas em Inglês. O itinerário, no entanto, variou. No caso da visita dos alunos de ERASMUS+, a visita começou na estátua de Dom Afonso Henriques e continuou pelo Castelo e Paço dos Duques de Bragança, com visita ao interior destes espaços, continuou com um percurso a pé pelo Centro Histórico, com paragens na Rua de Santa Maria, na Praça de Santiago, Largo Misericórdia, passando pelo Largo do Tournal e a muralha, e acabou no Largo da Oliveira. Na visita dos participantes da conferência, o itinerário teve os mesmos pontos de paragem, mas começou na muralha no Largo do Tournal e acabou no Castelo, sem visita ao interior, nem do Castelo nem do Paço dos Duques de Bragança.

Nestas visitas, o meu papel foi maioritariamente de apoio à colega que as orientava. A preparação era feita em conjunto com ela e consistia na verificação do melhor itinerário a fazer, de acordo com o tempo previsto para a realização da visita. Acompanhar estas visitas permitiu-me aprender sobre história da cidade, o seu património e algumas curiosidades que pude usar na tarefa do atendimento ao público, assim como interagir com os visitantes de uma forma mais descontraída.

Outra atividade em que participei e que foi uma experiência de aprendizagem e de envolvimento com a informação turística da cidade consistiu na realização de um *Peddy Paper*. O Posto de Turismo tem à disposição um *Peddy Paper*, intitulado “À descoberta do Centro Histórico” (a capa e alguns recortes encontram-se nos anexos (anexo 4)), desenvolvido pela Câmara Municipal, que distribui a grupos ou escolas como complemento a visitas que estas organizem. Este *Peddy Paper* consiste num percurso em todo o centro histórico, com paragens em alguns pontos para responder às perguntas sobre o local envolvente. Estas questões correspondem a curiosidades sobre os locais ou património e guiam o participante para o ponto seguinte.

A realização do *Peddy Paper*, com a resolução das perguntas, aconteceu nas semanas iniciais do estágio, em fevereiro – época com pouca afluência de turismo – por sugestão de uma colega. O percurso do *Peddy Paper* começa e acaba no Museu Alberto Sampaio e passa por vários pontos de

interesse, como a Rua de Santa Maria e a Praça de Santiago, por exemplo. Algumas das questões eram de cariz histórico, como “Em que século viveu a Condessa Mumadona?”, outras constituam curiosidades, como “indicar o nome do escultor da escultura de D. Afonso Henriques presente no Largo João Franco”.

Fazer este *Peddy Paper* foi uma atividade interessante, que me permitiu entrar na pele de um visitante e aprender curiosidades sobre Guimarães, que pude implementar no atendimento ao público.

## Conclusões

O ano de 2020 previa-se promissor para o turismo cultural em Guimarães, analisados os primeiros meses e comparando os dados com o ano anterior. A interferência da COVID-19 não permitiu que as viagens se realizassem da mesma forma, impondo restrições de mobilidade, afetando os planos de atividades do setor.

Embora a situação provocada pela pandemia afetasse o meu estágio, que foi interrompido e encurtado, as tarefas realizadas durante este tempo permitiram adquirir um maior conhecimento das características do turismo da cidade e do funcionamento e importância dos Postos de Turismo, assim como a aplicação de conhecimentos linguísticos e de tradução. O atendimento ao público proporcionou uma experiência de interação positiva com os visitantes que permitiu um maior entendimento tanto da oferta como da procura, no que ao turismo cultural em Guimarães diz respeito. Permitiu igualmente melhorar capacidades de comunicação nas línguas de trabalho e angariar conhecimentos numa língua nova – o espanhol. As traduções realizadas, para além de permitirem consolidar as aptidões adquiridas durante o mestrado, permitiram aplicá-las num contexto de trabalho, assim como o contacto com terminologia específica à área do turismo.

O turismo é um setor económico de importância para Guimarães, que envolve, para além dos promotores de turismo, uma série de serviços de apoio ao turismo, desde hotelaria a infraestruturas de apoio a eventos e arte, por exemplo. O turismo cultural é central, do ponto de vista tanto da oferta como da procura, vistas as motivações dos visitantes, como se comprova pelos dados recolhidos pelo Posto de Turismo analisados neste relatório.

Consoante estes dados, pode-se perfilar o visitante que geralmente mais visita Guimarães como pertencendo à faixa etária média-alta (adultos entre os 46 e os 65 anos), com nacionalidade maioritariamente espanhola e cuja principal motivação se prende com o património e a história da cidade. A maior ocorrência de visitas acontece nos meses de temperaturas mais amenas e propícias ao passeio, com um crescimento visível na época da Páscoa.

Estas informações concluem-se através dos dados recolhidos pelo Posto de Turismo, que juntamente com outros promotores de turismo de Guimarães, promovem atividades turísticas que vão ao encontro dos dados recolhidos: atividades impulsionadoras do turismo cultural na época alta. No entanto, os dados recolhidos também demonstram que as principais motivações dos visitantes correspondem às principais características culturais da cidade que estão a ser exploradas pelos promotores, o que significa que a oferta vai ao encontro da procura. Por outro lado, pode-se com isto,

concluir que há uma necessidade de instaurar medidas que favoreçam o turismo cultural em Guimarães noutras épocas que não a mais alta, assim como atividades direcionadas para outros perfis de visitante, tentando desta forma engrandecer e diversificar o turismo cultural em Guimarães.

Foi com estes dados em mente que criei o projeto turístico “Ver Guimarães Sentado”, parte das minhas tarefas enquanto estagiária. O projeto pretende, de certa forma diversificar o perfil do visitante e envolver um público mais jovem na cultura vimaranense, tendo em conta o que os dados recolhidos dizem ser os aspetos mais procurados. Os passos envolvidos na conceção deste projeto, desde a ideia à apresentação foram a experiência que possibilitou um entendimento mais amplo das características e necessidades do turismo, principalmente em Guimarães.

Em conjunto com todas as outras tarefas, a experiência do estágio permitiu uma melhor compreensão de todo o trabalho desenvolvido no Posto de Turismo. Antes do meu envolvimento no estágio, pensava mais no turismo na perspetiva de quem o pratica e, após perceber todo o trabalho envolvido na conceção de projetos e atividades, desenvolvimento de conteúdos informativos, divulgação de informação, recolha de dados e contacto com o visitante, tenho uma perceção mais clara e definida do turismo como setor económico importante para o desenvolvimento local. A experiência foi, neste sentido muito enriquecedora, permitindo-me adquirir novos conhecimentos sobre a área e o trabalho no setor do turismo. Foi uma experiência igualmente importante ao nível da consolidação e aplicação de conhecimentos adquiridos na formação académica, que certamente serão muito úteis no futuro.

## Bibliografia

- Beni, M. C. (2000). *Análise Estrutural do Turismo*. Retirado de [https://books.google.pt/books?hl=pt-PT&lr=&id=f9GCDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT3&dq=defini%C3%A7%C3%A3o+de+turismo&ots=66xgRj-Jx6&sig=i7Yj\\_SJ2ztbLQ4Tic9DCU9kYZKo&redir\\_esc=y#v=onepage&q=defini%C3%A7%C3%A3o%20de%20turismo&f=false](https://books.google.pt/books?hl=pt-PT&lr=&id=f9GCDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT3&dq=defini%C3%A7%C3%A3o+de+turismo&ots=66xgRj-Jx6&sig=i7Yj_SJ2ztbLQ4Tic9DCU9kYZKo&redir_esc=y#v=onepage&q=defini%C3%A7%C3%A3o%20de%20turismo&f=false)
- Divisão de Turismo (2019). *Síntese de resultados estatísticos – Turismo de Guimarães 2018*. Retirado de [https://www.cm-guimaraes.pt/cmguimaraes/uploads/writer\\_file/document/7010/sintese\\_resultados\\_estatisticos\\_guimaraes\\_2018.pdf](https://www.cm-guimaraes.pt/cmguimaraes/uploads/writer_file/document/7010/sintese_resultados_estatisticos_guimaraes_2018.pdf)
- Divisão de Turismo (2020a). *Relatório da atividade turística – 1º semestre 2020*. Retirado de [https://www.guimaraesturismo.com/uploads/document/file/2272/Resultados\\_estatisticos\\_jan-jun\\_2020.pdf](https://www.guimaraesturismo.com/uploads/document/file/2272/Resultados_estatisticos_jan-jun_2020.pdf)
- Divisão de Turismo (2020b). *Síntese dos resultados estatísticos 2020*. Retirado de [https://www.guimaraesturismo.com/uploads/document/file/2224/Resultados\\_Estatisticos\\_Turismo\\_2019.pdf](https://www.guimaraesturismo.com/uploads/document/file/2224/Resultados_Estatisticos_Turismo_2019.pdf)
- Du, X. (2012). A Brief Introduction of Skopos Theory. *Theory and Practice in Language Studies*, 2(10), 2189-2193. Retirado de <https://www.semanticscholar.org/paper/A-Brief-Introduction-of-Skopos-Theory-Du/2088daee95dc608e32fd36094c705b0c16ec8fc3>
- Fernandes, G., Roque, V. & Martins, J. A. (2013). *A Valorização e Promoção do Destino Turístico e o Papel dos Postos de Turismo. Abordagem ao Destino Turístico da Serra da Estrela*. Artigo apresentado no IX Congresso da Geografia Portuguesa – Geografia: Espaço, Natureza, Sociedade e Ciência, Évora. Instituto Politécnico da Guarda. Retirado de <http://hdl.handle.net/10314/1631>
- Gonçalves, V. (2017). *O contributo dos Postos de Informação Turística para a promoção dos destinos turísticos – O Posto de Informação Turística da vila de Ançã*. (Relatório de Estágio, Universidade de Coimbra). Retirado de <http://hdl.handle.net/10316/85372>
- Ledhesma, M. (2018). *Tipos de turismo: nueva clasificación*. Retirado de [https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/15091/mod\\_resource/content/0/Tipos%20de%20turismo%20C%20nueva%20clasificaci%C3%B3n%20-%20Manuel%20Ledhesma.pdf](https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/15091/mod_resource/content/0/Tipos%20de%20turismo%20C%20nueva%20clasificaci%C3%B3n%20-%20Manuel%20Ledhesma.pdf)

Marques, V., Remoaldo, P., Vareiro, L. & Ribeiro, J. C. (2015, dezembro 3-4) *Perfil dos visitantes e percepções do destino de Guimarães antes e após a CEC 2012* [Sessão de conferência]. IV Congresso Internacional de Turismo da ESG/IPCA Tourism for the 21st Century, Guimarães, Portugal. Retirado de [https://www.guimaraesturismo.com/uploads/document/file/2036/Perfil\\_dos\\_visitantes\\_e\\_perce\\_e\\_s\\_do\\_destino\\_Guimar\\_es\\_antes\\_e\\_ap\\_s\\_a\\_CEC\\_2012.pdf](https://www.guimaraesturismo.com/uploads/document/file/2036/Perfil_dos_visitantes_e_perce_e_s_do_destino_Guimar_es_antes_e_ap_s_a_CEC_2012.pdf)

Marques, V. (2016). *Motivações e perfil do visitante de Guimarães 2016*. Retirado de [https://www.guimaraesturismo.com/uploads/document/file/2042/PerfilTurista.2016\\_2.pdf](https://www.guimaraesturismo.com/uploads/document/file/2042/PerfilTurista.2016_2.pdf)

Marques, V. (2011). *Turismo cultural em Guimarães: o perfil e as motivações do visitante*. (Dissertação de Mestrado, Universidade do Minho). RepositoriUM. <http://hdl.handle.net/1822/18041>

Marujo, N. (2016). Turismo, turistas e experiências: abordagens teóricas. *Revista Turydes: Turismo e Desarrollo*, 9(20), 1-13. Retirado de <http://www.eumed.net/rev/turydes/20/turistas.html>

Netto, A. P. (2013). *O que é o turismo*. Retirado de [https://books.google.pt/books?hl=pt-PT&lr=&id=7mgvDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT5&dq=defini%C3%A7%C3%A3o+de+turismo&ots=drR1Ce2ARL&sig=xnzGfydda\\_WZbXj\\_tzr8\\_k565c&redir\\_esc=y#v=onepage&q=defini%C3%A7%C3%A3o%20de%20turismo&f=false](https://books.google.pt/books?hl=pt-PT&lr=&id=7mgvDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT5&dq=defini%C3%A7%C3%A3o+de+turismo&ots=drR1Ce2ARL&sig=xnzGfydda_WZbXj_tzr8_k565c&redir_esc=y#v=onepage&q=defini%C3%A7%C3%A3o%20de%20turismo&f=false)

Ordudari, M. (2007). Translation procedures, strategies and methods. *Translation Journal* 11(3). Retirado de <http://www.bokorlang.com/journal/41culture.htm>

Petroman, I., Petroman, C., Marin, D., Ciolac, R., Vaduva, L. & Pandur, I. (2013). Types of Cultural Tourism. *Scientific Papers : Animal Science and Biotechnologies*, 46(1), pp.385-388. Retirado de <http://www.spasb.ro/index.php/spasb/article/viewFile/72/112>

Sarmiento, C. (2015). *Estudos Interculturais Aplicados: Textos, Turismos e Tipologias*. Porto: Vida Económica – Editorial SA.



# Anexos

## Anexo 1 - Declaração comprovativa de estágio curricular

CÂMARA MUNICIPAL DE GUIMARÃES  
LG. CÔNEGO JOSÉ  
MARIA GOMES  
4804-534 GUIMARÃES  
NIPC: 505 948 605  
T. (+351) 253 421 200  
T. (+351) 253 515 134  
GERAL@CM-GUIMARAES.PT  
WWW.GUIMARAES.PT



MUNICÍPIO DE  
GUIMARÃES



### DECLARAÇÃO

Declaro para os devidos efeitos que **Sara Catarina Ribeiro Fernandes**, aluna da Instituto de Letras e Ciências Humanas da Universidade do Minho, frequentou um estágio curricular, no âmbito do Mestrado em Tradução e Comunicação Multilíngue, na Câmara Municipal de Guimarães, Divisão do Turismo, no período compreendido entre 03 de fevereiro e 17 de julho de 2020.

O estágio curricular centrou-se nos seguintes objetivos:

#### Gerais:

- a) Melhorar a expressão oral das línguas estrangeiras, através dos contactos com os clientes;
- b) Praticar a tradução especializada na área do Turismo e Cultura;
- c) Dominar ferramentas de ajuda à tradução – CATtools
- d) Realizar, com apoio à tradução, glossários e terminologias de forma automática, usando os materiais que o Posto de Turismo oferece;
- e) Conhecer o funcionamento e organização de um Posto de atendimento turístico;
- f) Aprender sobre a cidade de Guimarães e os seus pontos de interesse, no sentido de fornecer essas informações ao visitante.

#### Específicos:

- a) Aplicar conhecimentos de línguas no atendimento ao turista, prestando informações de interesse sobre Guimarães;
- b) Aplicar conhecimentos de tradução no local de realização de estágio, designadamente através da tradução de documentos de promoção turística;
- c) Elaborar um Projeto de estágio que enriqueça o plano de turismo na cidade e ofereça uma ideia inovadora;
- d) Elaborar um Relatório de Estágio.

Departamento de Recursos Humanos, 20 de julho de 2020

A Vereadora de Recursos Humanos  
(delegação de competências por despacho do Presidente da Câmara Municipal de 19/10/2017)

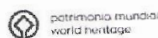
(Sofia Ferreira)

Anexo 2 - Plano de estágio (pré alteração devido à COVID-19)

PLANO DE ESTÁGIO



MUNICÍPIO DE  
GUIMARÃES



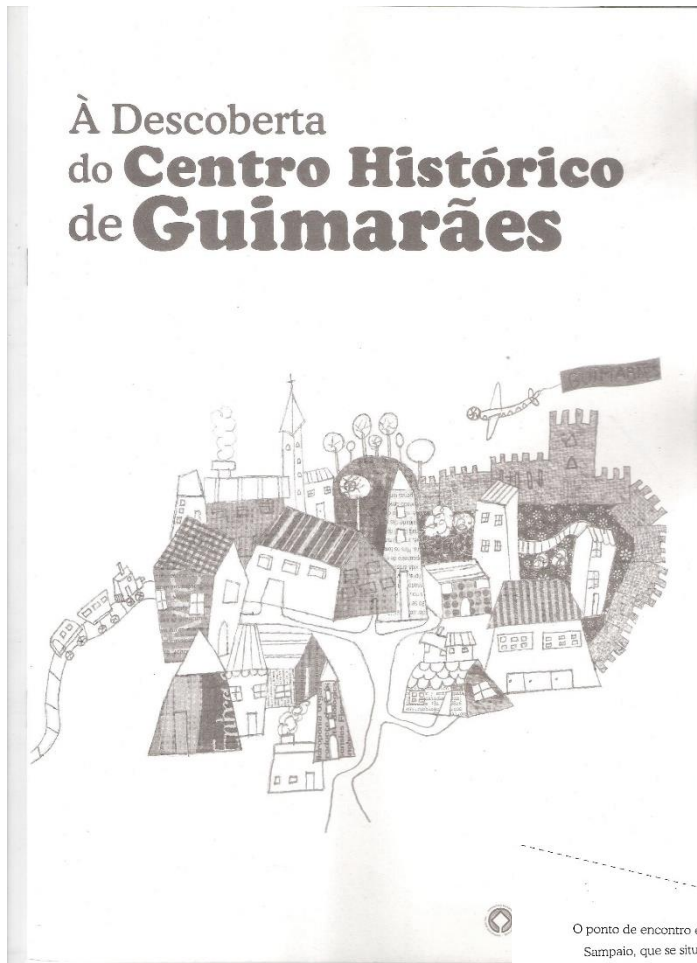
<b>I. Identificação</b>		
Nome do estagiário: Sara Catarina Ribeiro Fernandes		
Estabelecimento de ensino: Universidade do Minho		
Curso: Mestrado em Tradução e Comunicação Multilíngue		
Duração do estágio: n.º horas 840 de 03 / 02 / 2020 a 23 / 07 / 2020		
Nome do orientador Mafalda Pizarro		Unidade orgânica
<b>II. Objetivos gerais/específicos do estágio</b>		
Este estágio curricular tem como objetivo geral aplicar, em contexto profissional, os conhecimentos e competências teórico-práticos adquiridos ao longo da parte curricular do ciclo de estudos, quer seja com a prática oral, quer seja com a escrita das línguas estrangeiras, através da comunicação multilíngue e da tradução. Em termos mais específicos, os objetivos prendem-se com:		
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Melhorar a expressão oral das línguas estrangeiras, através do contacto com os clientes;</li> <li>- Praticar tradução especializada na área do turismo e da cultura;</li> <li>- Dominar ferramentas de ajuda à tradução (CATtools);</li> <li>- Realizar, como apoio à tradução, glossários e terminologias de forma automática, usando os materiais que o Posto de Turismo oferece;</li> <li>- Conhecer o funcionamento e organização de um Posto de Turismo;</li> <li>- Conhecer as diferentes tarefas e trabalhos que se podem realizar num Posto de Turismo;</li> <li>- Aprender sobre a cidade e os seus pontos de interesse, no sentido de fornecer essas informações ao visitante.</li> </ul>		
<b>III. Planeamento de tarefas/atividades</b>		
O plano Estágio pode resumir-se nas seguintes tarefas:		
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aplicar conhecimentos de línguas no atendimento ao Turista, prestando informações de interesse sobre Guimarães;</li> <li>- Aplicar conhecimentos de tradução no local de realização do estágio, designadamente, através da tradução de documentos de promoção turística;</li> <li>- Outros trabalhos decorrentes das atividades da Divisão de Turismo;</li> <li>- Elaborar um Projeto de Estágio que enriqueça o plano de turismo na cidade e ofereça uma ideia inovadora;</li> <li>- Elaborar o Relatório de Estágio, obrigatório para conclusão dos estudos e do estágio.</li> </ul>		
<b>IV. Conhecimentos e competências a adquirir</b>		
Os novos conhecimentos a adquirir com este estágio, prendem-se com as atividades do ramo do turismo (não tão presentes na área de estudos), como sendo:		
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Atendimento ao público;</li> <li>- Planeamento de atividades turísticas;</li> <li>- Informação geográfica sobre a cidade;</li> <li>- Informação turística sobre os pontos de interesse da cidade.</li> </ul>		
<b>V. Observações</b>		
<b>VI. Validação</b>		
03/03/2020 O orientador do estágio <i>Mafalda Pizarro</i> (assinatura legível)	03/03/2020 O estagiário <i>Sara Fernandes</i> (assinatura legível)	03/03/2020 O dirigente da unidade orgânica <i>Mafalda Pizarro</i> (assinatura legível)

Mod. 574/SQ 1

Anexo 3 - Principais materiais distribuídos aos visitantes (Guia da Cidade e Mapa de Guimarães)



Anexo 4 - Capa e recortes do Peddy Paper "À descoberta do Centro Histórico"



1

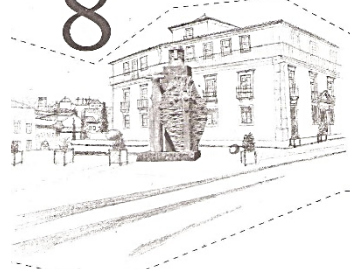
O ponto de encontro é no Museu de Alberto Sampaio, que se situa no local onde uma Condessa, há muitos séculos atrás, fundou um mosteiro. À volta desse mosteiro nasceu a vila de Guimarães.



Qual o nome da Condessa fundadora de Guimarães? Muradana  
(procura a resposta na placa de leitura que está junto do museu)

Em que século viveu? X  
(procura a resposta na placa de bronze que está junto do museu)

8



Segue pela estreita Rua das Valdonsas e dirige-te para o Largo João Franco ou Largo da Misericórdia.

Procura o busto de um político do tempo do rei D. Carlos. Como se chama? João Franco

Neste Largo, está a contemporânea escultura do primeiro rei de Portugal. O seu escultor foi: Soares dos Reis  João Cutileiro  Miguel Ângelo

# Ver Guimarães Sentado



Mestrado em Tradução e  
Comunicação Multilíngue

Estágio Curricular

2020

## 1. INTRODUÇÃO

Este projeto, VER GUIMARÃES SENTADO faz parte do plano de estágio curricular na Loja Interativa de Turismo em Guimarães, integrado no Mestrado em Tradução e Comunicação Multilíngue pela Universidade do Minho.

O plano de estudos do Mestrado engloba as vertentes de tradução e turismo e o projeto pretende incluir as duas vertentes. VER GUIMARÃES SENTADO é um projeto de cariz turístico que envolve conhecimento na área da tradução.

VER GUIMARÃES SENTADO é um projeto no âmbito do turismo cultural de Guimarães que coloca os pontos de interesse da cidade num ponto de vista diferente e inovador. O participante terá a possibilidade de se sentar e usufruir do espaço envolvente de forma autónoma com a ajuda de conteúdo áudio que fará uma contextualização da vista.

Desta forma, o projeto pretende a criação de uma atividade turística que dinamize o turismo em Guimarães de forma inovadora, de forma a fornecer uma alternativa ao turismo tradicional, promovendo o território da cidade de Guimarães, assim como o seu (re)conhecimento e divulgação, principalmente por parte do público jovem.

## 2. APRESENTAÇÃO DO PROJETO

Esta apresentação pretende descrever o projeto e os seus objetivos, assim como o diagnóstico estratégico em que se fundamenta e os recursos necessários à sua realização.

O projeto VER GUIMARÃES SENTADO é um projeto turístico no âmbito do turismo cultural e local e pretende criar uma forma inovadora de visitar a cidade, valorizando a sua cultura e história, enquanto pontos focais do turismo em Guimarães.

O projeto surgiu da minha experiência enquanto estagiária do Posto de Turismo em Guimarães que permitiu perceber que a maioria dos visitantes pertencem a uma faixa etária mais velha e, tendo isso em conta, surgiu a ideia de um projeto dinamizador do turismo cultural vimaranense destinado a um público mais jovem. Posto isto, o público-alvo do percurso VER GUIMARÃES SENTADO são os jovens-adultos, tanto estrangeiros como vimaranenses ou portugueses de outros lugares.

O espírito da atividade é jovem e dinâmico e numa sociedade moderna em que os jovens cada vez mais se importam com o meio ambiente e a pegada ambiental, um projeto sustentável é uma necessidade. VER GUIMARÃES SENTADO usa a tecnologia e o smartphone como principal fonte da visita e os transportes dispendiosos de dióxido de carbono não são necessários, uma vez que a visita pode ser feita a pé ou mesmo de bicicleta.

VER GUIMARÃES SENTADO prende-se com a criação de um percurso que permita a visita de Guimarães e dos seus pontos de interesse, cujo foco principal é um lugar sentado, seja este um banco ou escadas, de onde o participante possa desfrutar de uma vista especial. Mostrar a cidade e vê-la doutra perspetiva são os principais objetivos, assim como inserir os participantes numa experiência imersora da vida quotidiana de Guimarães.

O projeto engloba duas partes: turismo cultural/local e tradição vimaranense:

Na primeira parte insere-se o percurso que permite visitar os pontos de interesse da cidade e com a ajuda de conteúdos áudio dar a conhecer ao visitante a história do espaço envolvente;

Na segunda parte, o projeto adiciona os doces regionais e o artesanato, inserindo pontos de paragem no percurso que permitem a prova de Tortas de Guimarães e/ou Toucinho do Céu (doces regionais) e outra paragem para um workshop de olaria ou bordados e visita à Loja Oficina.

O percurso principal desenrola-se pelo centro histórico e centro urbano de Guimarães. De forma a inserir o maior número de locais a visitar, o projeto tem um percurso alargado que insere a Montanha da Penha e faz uso do teleférico como transporte, proporcionado assim uma experiência diferente que promove o turismo vimaranense e as suas estruturas.

O projeto pretende ser o mais sustentável, menos dispendioso e amigável do ambiente possível, e por isso, as soluções de deslocação propostas, assim como o próprio percurso, o público-alvo e o custo total da visita serão pontos tidos em conta. O percurso está projetado para fazer a pé ou de bicicleta e os únicos custos envolvidos serão os da prova dos doces regionais e workshop de olaria, a acrescer o valor da viagem de teleférico.

A duração do percurso está estimada para um dia de visita, mas depende do ritmo de cada um e se o visitante participa nas experiências ou não. A duração do percurso, por si só, estima-se em cerca de 5 horas, incluindo a Montanha da Penha.

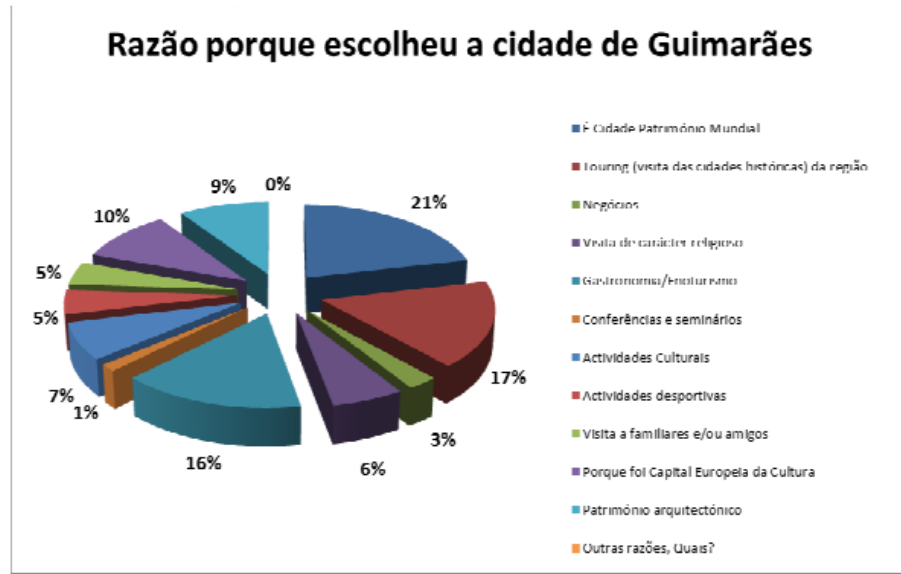
### 2.1. Diagnóstico estratégico

Portugal, por ser um país costeiro deve muito do seu turismo à praia; no entanto, "(...) outros setores têm apresentado uma tendência geral de crescimento, como o turismo cultural que, quer como produto em si ou como complemento de outros, nos últimos anos começou a desenvolver-se, ganhando uma cada vez maior relevância económica." (Marques, 2011)

No caso de Guimarães que é uma cidade histórica com muito para oferecer a nível de património, a principal razão de visita é a cidade ser Património Mundial da Humanidade, segundo os dados do

relatório da Divisão de Turismo que explicita as motivações do visitante (Guimarães Turismo, 2016), presentes no seguinte gráfico.

Questão 2



Fonte: Guimarães Turismo

Posto isto, podemos dizer que o tipo de turismo mais procurado em Guimarães é o cultural, influenciado pelo património de que dispõe e pelas atividades culturais desenvolvidas que constam como a terceira principal razão para visita a Guimarães, como é demonstrado pelo gráfico do relatório anteriormente nomeado.

Tendo em conta a principal motivação do visitante, o projeto põe em evidência os principais pontos históricos e o património vimaranense num percurso que percorre todo o centro urbano da cidade.

Quanto ao período de maior afluência turística, o relatório “Síntese de Resultados Estatísticos Guimarães 2018” refere o período entre abril e outubro, com especial incidência em agosto, “Estes 7 meses representaram no ano de 2018, 79% do total de visitantes aos postos de informação turística.” (Divisão de Turismo, 2019)

Os meses de maior afluência correspondem, em termos meteorológicos, aos meses mais quentes, e por isso, mais propícios para o passeio – ponto positivo, do ponto de vista em que a visita proposta implica caminhar, sentar num banco e relaxar, permitindo assim perspetivar uma maior participação.

O plano de estratégia turística proposto pela Divisão de Turismo para os anos de 2019-2029, referido na bibliografia, tem como premissa um programa identitário que pretende valorizar o território e dar a conhecer Guimarães, pondo o povo vimaranense num lugar de destaque em termos da identidade da cidade. O projeto vai ao encontro dessa premissa, uma vez que insere o participante no ambiente quotidiano da cidade, fazendo-o sentar e observar tanto os lugares como as pessoas, permitindo-lhe ligar-se a essa identidade tão própria “de dentro”.

Por ser imersivo e inovador, o projeto vai ao encontro de um público mais jovem. Também por fazer uso das novas tecnologias, como o smartphone e de ser monetariamente barato, se pode atribuir a razão de dinamização desta faixa etária. O facto de propor uma prova de doces e um workshop ou mesmo uma viagem de teleférico tornam o VER GUIMARÃES SENTADO numa visita diferente e dinâmica – interessante para os jovens.

Para além disto, o projeto é estratégico porque é facilmente adaptável a outros locais e pode ser repensado e adaptado para visitas a museus, por exemplo.



Não é um projeto que desempenhe um papel numa área ou setor económico específicos, mas promove o comércio local em diferentes áreas do centro urbano, uma vez que o percurso facilita a passagem pelas lojas de comércio local.

## 2.2. Análise SWOT\*

A avaliação SWOT do projeto VER GUIMARÃES SENTADO tem como propósito antecipar os principais problemas que possam por em causa o bom funcionamento do projeto e, dessa forma gerar, desde logo, ideias ou criar soluções que previnam a inviabilização do projeto.



\* A análise S.W.O.T. é uma técnica de planeamento estratégico, utilizada para auxiliar pessoas ou empresas a identificar os pontos fortes (S. - strengths), os pontos fracos (W. - weaknesses), as oportunidades (O. - opportunities) e as ameaças (T. - threats) de um projeto, no sentido de identificar os fatores internos e/ou externos que podem afetar o projeto e torná-lo viável ou não.

### 3.OBJETIVOS

O projeto VER GUIMARÃES SENTADO apresenta nas suas linhas caracterizadoras, objetivos que no seu cômputo geral pretendem dinamizar e inovar a atividade turística da cidade de Guimarães:

- Fornecer uma alternativa ao turismo tradicional;
- Dinamizar e inovar a atividade turística de Guimarães;
- Promover o território, o conhecimento e divulgação da cidade;
- Dinamizar o turismo jovem em Guimarães;
- Tornar a visita de Guimarães numa experiência de lazer;
- Diversificar as formas de visita turística oferecidas, fazendo uso das novas tecnologias;
- Promover espaços diferentes da cidade, não visitados tão frequentemente em passeios turísticos mais típicos;
- Dar a conhecer elementos da cultura regional vimaranense;
- Envolver os participantes no ambiente quotidiano da cidade;
- Dinamizar o comércio e hotelaria local.

#### 4. DESCRIÇÃO DETALHADA DO PROJETO

O percurso do VER GUIMARÃES SENTADO pelo centro histórico e centro urbano de Guimarães pretende colocar o participante na posição de um vimaranense, podendo usufruir dos espaços e da cidade como se de um habitante da cidade se tratasse.

O percurso contém duas partes que se complementam: um local para sentar nos pontos de interesse escolhidos e um áudio auxiliar que acompanha o participante com informação sobre a área circundante, aspetos históricos ou curiosidades.

Tendo em vista o público-alvo, o percurso contempla nos locais escolhidos, para além dos pontos turísticos mais tradicionais - o Castelo, o Paço dos Duques de Bragança e o Centro Histórico - a zona de Couros, recentemente renovada, os jardins do Palácio Vila Flor e a Montanha da Penha, para que a variedade de locais seja o mais interessante e flexível possível para a faixa etária dos jovens adultos. O foco principal do percurso é o banco em frente da muralha “Aqui Nasceu Portugal” e para que seja o momento mais memorável, este ponto está planeado para ser a última paragem.

Os pontos do percurso estarão dispostos por ordem numérica num mapa para que o participante os encontre facilmente. A ordem pretende criar o percurso mais coerente possível, evitando voltas desnecessárias. No entanto, o participante pode fazer o percurso de forma livre e saltar passos, se assim o quiser; os conteúdos áudio não influenciam essa decisão, uma vez que podem ser ouvidos em qualquer ordem.

O conteúdo auxiliar em forma de áudio disponibilizará informações históricas sobre a área circundante ou curiosidades, como as datas de construção de edifícios ou a sua evolução arquitetónica, por exemplo. Os textos serão escritos o mais possível de acordo com a faixa etária do público-alvo num tom casual e jovem.

Estes ficheiros de áudio terão uma duração de até aproximadamente 3 minutos por cada local e estarão disponibilizados online, no site do turismo e o participante poderá ouvi-los a partir do seu telemóvel. Para além disso, os textos também estarão disponíveis em formato escrito, caso o participante os queira acompanhar lendo.

Para além do percurso turístico principal estarão inseridas no mapa duas das tradições locais vimaranenses: a doçaria e a olaria. Numa tentativa de dar a conhecer estas tradições aos participantes e também de diversificar o estilo da visita o projeto inclui, opcionalmente, uma prova dos doces tradicionais de Guimarães numa loja de doces conventuais da cidade - a Torta de Guimarães e Toucinho do Céu - e uma visita e/ou workshop de olaria ou bordados na Loja Oficina, permitindo dar a conhecer, por exemplo, a tradição das Cantarinhas dos Namorados.

Para incluir uma área mais afastada do centro urbano, mas com bastante interesse cultural e ambiental, desta feita a Montanha da Penha, o projeto propõe um percurso mais alargado. Sendo que a Penha constitui por si só um elemento com múltiplas alternativas de visita e exploração, terá mais que um ponto de interesse, alargando, não só o percurso, mas a duração do mesmo.

Fazer esta parte do percurso implica a deslocação; uma vez que o projeto, como anteriormente explicitado, pretende ser o menos dispendioso e amigo do ambiente possível, a deslocação pode ser feita de duas maneiras: usando o teleférico ou recorrendo ao percurso pedonal existente. O teleférico implica o custo da viagem e o percurso pedonal implica despender de mais tempo.

Todas estas informações e elementos estarão disponibilizados numa pasta no site oficial do turismo de Guimarães para download ou consulta.

#### - FAZER O PERCURSO

O projeto gira à volta do percurso a realizar pelo centro histórico e centro urbano de Guimarães. Para isso, o participante necessitará de recursos que o ajudem a realizá-lo da forma mais eficiente.

Fazer o percurso inteiro, dependendo do ritmo de cada um e sem contabilizar as paragens facultativas para a prova de doces e workshop, terá a duração de cerca de 5 horas. Isto tendo em conta já o tempo necessário para ouvir os conteúdos áudio e a viagem de teleférico que demora cerca de 7 minutos; não prevê, no entanto, o tempo de exploração da Montanha da Penha, uma vez que não existe um percurso fixo para a mesma.

Quanto ao valor monetário estimado, uma vez que apenas as atividades facultativas ou experiências adicionais implicam pagamento, é possível fazer o percurso completamente grátis. Querendo fazer parte das experiências extra percurso (excluindo o workshop), o valor estimado total, será de cerca de 12€ para não vimeanenses e cerca de 6€ para residentes em Guimarães.

- Experimentar ambos os doces regionais custará menos de 4€.

- A viagem de teleférico – ida e volta – para visitantes não residentes em Guimarães tem o valor de 7,50€ (1,50€ para residentes).

- O valor do workshop não foi possível contabilizar.

O elemento essencial para fazer o percurso é um guia orientador que estará disponibilizado num pacote a descarregar para o telemóvel. Este explicita o percurso, os pontos de interesse, a foto do local e do banco e, para além disso, os áudios auxiliares, assim como os textos dos mesmos.

O participante, baseado nas informações que o guia dispõe, faz o percurso, decidindo-se acerca das experiências facultativas (prova de doces, workshop e viagem de teleférico para a Penha). Chegado a cada local e uma vez sentado, inicia o áudio com o mesmo número do ponto de interesse e relaxa.

O formato virtual foi o escolhido pensando, principalmente, no público-alvo, mas também na responsabilidade ambiental no sentido do mínimo gasto de recursos de papel. Por outro lado, o projeto pretende ser abrangente e acessível a todo o tipo de público e, por isso, existirá uma versão papel que inclui o mapa e os áudios em formato texto.

Os textos e consequentemente os áudios estarão disponíveis, inicialmente em 2 línguas – português, inglês. Posteriormente, após ser testado, e se se verificar necessário, os conteúdos serão traduzidos para mais línguas.

#### 4.1. O Percurso

Inicialmente o percurso foi pensado de forma cronológica para contar a história da cidade e dos monumentos nessa ordem, mas é difícil mantê-lo dessa forma, uma vez que os locais escolhidos não se encontram dispostos geograficamente de modo a ser possível a realização de um percurso ao mesmo tempo cronológico e coerente. Posto isto, o mais importante é otimizar o percurso, permitindo a visita do maior número de espaços e evitando um trajeto repetitivo – está, por isso, organizado com números tendo em conta o lugar que ocupam no mapa – mas, como anteriormente dito, os participantes podem seguir uma ordem diferente, ou mesmo eliminar espaços do percurso, até porque 3 das paragens indicadas, marcadas a cor diferente são facultativas.

Segue-se a lista do percurso com os pontos de interesse de cada paragem, acompanhada de uma imagem do mesmo delineado.

1 – Largo Condessa Mumadona

2 – Paço dos Duques de Bragança – Castelo, Igreja de São Miguel e Palácio Ducal

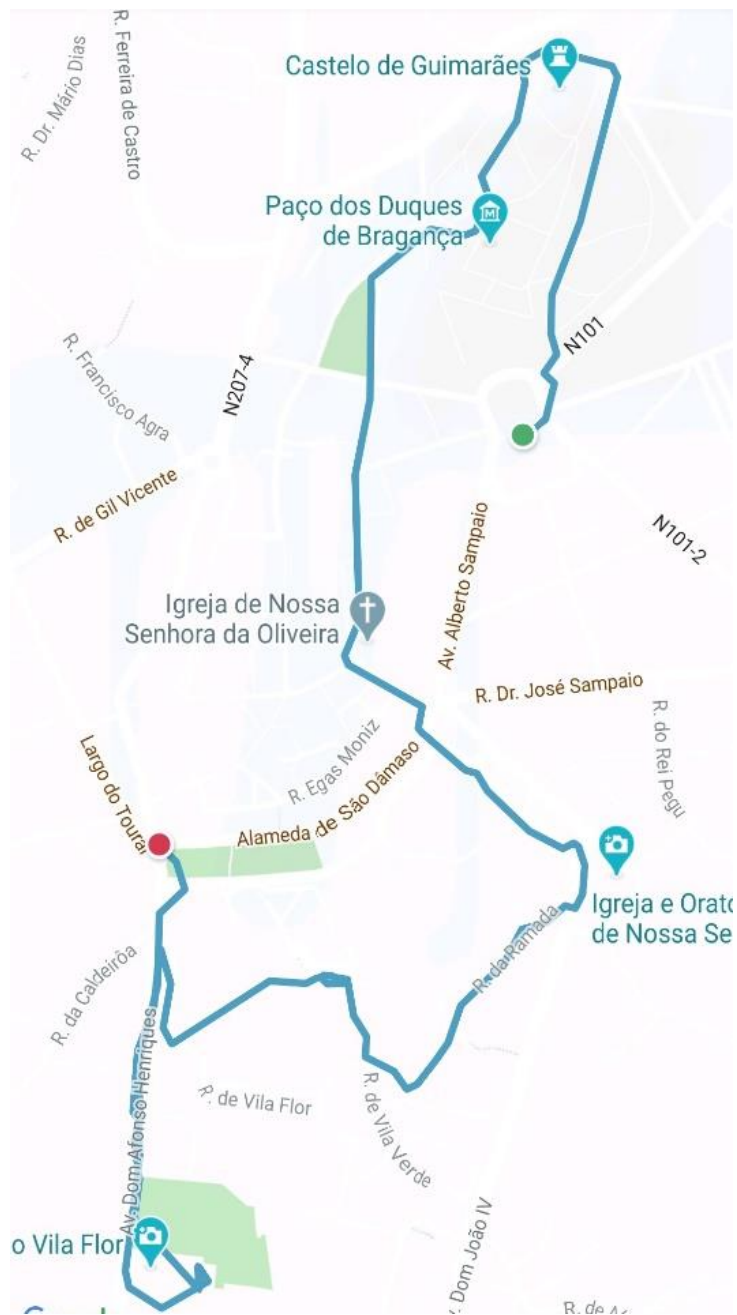
3 – Largo Cónego José Maria Gomes – Rua de Santa Maria e antigo Convento de Santa Clara

4 (paragem para degustação de doces – facultativo) - Divina Gula

5 – Largo da Oliveira – igreja e padrão

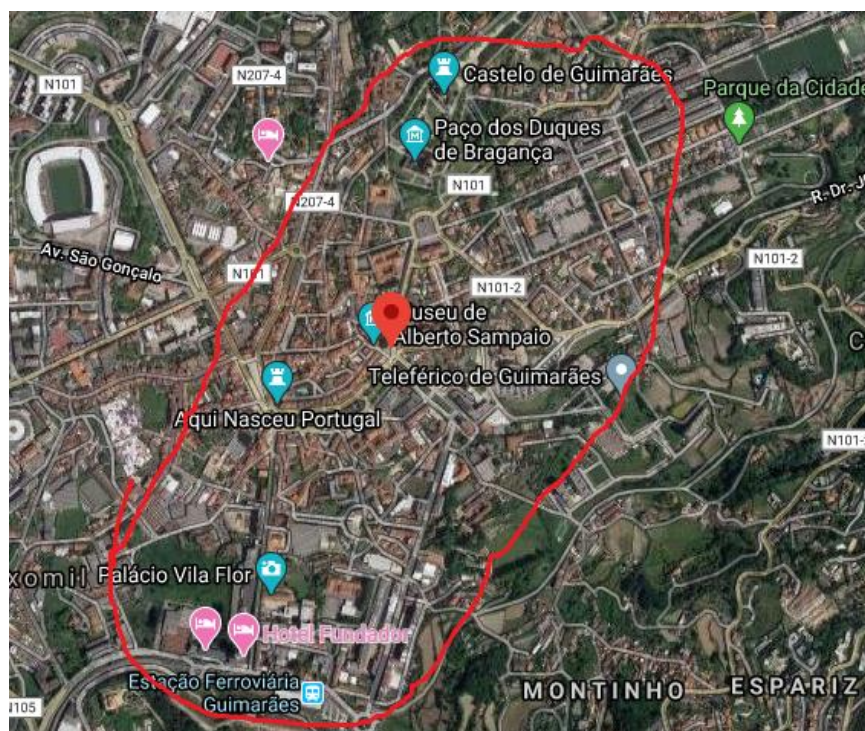
6 (paragem workshop/demonstração olaria/bordados - facultativo) – Loja “A Oficina”

- 7 – Zona de Couros – antigos tanques e rio
- 8 – Jardins e Palácio Vila Flor
- 9 – Alameda - Muralha “Aqui Nasceu Portugal”
- 10 (facultativo) – Teleférico + Penha



## 4.2. Mapa

Segue-se uma imagem extraída do Google Maps com o intuito de colocar em perspetiva todo o espaço percorrido. Os participantes seriam direcionados com um link que os direciona para o mapa do Google no site do turismo (onde encontram todos os documentos e informações sobre a visita), como apoio aos restantes instrumentos fornecidos para a realização do percurso, caso os visitantes necessitem.



## 4.3. Textos para conteúdo áudio

Seguem os textos para a realização do conteúdo áudio. As suas traduções para inglês encontram-se nos anexos.

### 1 – Largo Condessa Mumadona

O Largo Condessa Mumadona relembra a mulher mais importante da sua época, aqui elogiada em forma de estátua bem no centro do largo e no nome do próprio largo. Todos os vimeanenses a conhecem como a fundadora da sua cidade. Diz-se que era uma mulher alta e bem constituída, características presentes também na estátua, imponente não só em tamanho, mas em valor histórico.

Podemos chamar a Mumadona Dias uma empreendedora do século X, ela foi a mulher mais rica e poderosa do seu tempo em todo o Noroeste Peninsular. Descendente de Condes, casou com o então Conde de Tuy, de seu nome Hermenegildo Gonçalves, com quem teve 6 filhos.

Herdou do marido, quando este faleceu, estas terras; e sozinha, foi a principal responsável pela edificação da vila de Vimean, onde escolheu morar. Vimean, nome a partir do qual ainda hoje se denominam os moradores desta cidade – vimeanenses - tornou-se Guimarães só mais tarde, devido à evolução do latim.

A Condessa, com planos bem delineados e inovadores, mandou construir nesta sua terra um convento de frades e freiras que se tornou no ponto de atração e fixação para a população que aqui cresceu. Para defender as gentes que acolheu na sua terra de ataques invasores e afirmar o seu poder enquanto mulher solteira e independente, a Condessa Mumadona Dias mandou erguer no cimo do monte, entre os anos de 959 e 968 o Castelo de Guimarães.

Por esta altura, a vila de Vimaranes estava dividida em dois polos dinamizadores: o Castelo e o Convento ou a parte alta e a baixa da vila, sendo que o castelo se encontrava no cimo do monte e o convento na parte de baixo. A população da vila de Vimaranes cresceu e desenvolveu-se à volta destes pontos, dentro das muralhas que a edificavam.

No século XII, o Convento fundado pela Condessa foi transformado em Colegiada. Já o Castelo foi sofrendo inúmeras alterações ao longo do tempo até atingir a forma que hoje tem, nomeadamente com a adição de torres e aumento da muralha, por influência dos senhores que a seguir tomaram posse destas terras, mas esta história não é sobre eles.

## 2 – Paço dos Duques de Bragança

A Colina Sagrada põe em perspetiva os três principais pontos turísticos e monumentos históricos do património de Guimarães: o Castelo de Guimarães, a Igreja de São Miguel e o Paço dos Duques de Bragança.

O Castelo surgiu primeiramente por ordem da Condessa Mumadona, fundadora da cidade, para proteger a população dos invasores. Este deve ter sido erguido em madeira e da sua arquitetura e constituição pouco se sabe.

Foi no século XII, já sob o comando do primeiro rei de Portugal, D. Afonso Henriques – o conquistador, que ganhou o perímetro que hoje ocupa, mas ainda sem torres e grande parte da estrutura.

Ninguém sabe ao certo a data do nascimento de Afonso Henriques, mas sabe-se, e podes perguntar a qualquer vimaranense, que ele venceu, contra o exército da própria mãe, a Batalha de São Mamede a 24 de junho de 1128. Esta data é tão marcante para o povo vimaranense que eles consideram o 24 de junho de 1128 como o primeiro dia de Portugal – este dia é feriado municipal em Guimarães.

Depois desta batalha, Afonso Henriques foi proclamado rei, assumiu a chefia do novo Condado Portucalense e desceu por esse território abaixo, conquistando e formando as fronteiras do que viria a ser o Portugal de hoje. Governou Portugal durante 42 anos e morreu em dezembro de 1185.

A igreja de São Miguel, localizada entre o Castelo e o Paço dos Duques é uma construção do século XIII. Diz-se que foi o local do batismo do nosso nobre primeiro rei português, mas não é um facto comprovado.

Na parte mais baixa da colina, foi erigido o Paço dos Duques de Bragança e para o situarmos numa cronologia, avançamos para o século XV. Foi mandado construir pelo oitavo conde de Barcelos, mais tarde intitulado de Primeiro Duque de Bragança, daí o nome.

A casa de Bragança foi uma das mais ricas e poderosas casas senhoriais da Península Ibérica no século XV. Julga-se que durante a era de Quinhentos, tempo de descobrimentos e navegações, o Palácio serviu de residência aos Duques de Bragança e depois disso foi abandonado e caiu em ruínas.

No século XIX, o Palácio foi readaptado para servir de Quartel Militar e no século seguinte foi reconstruído para ser inaugurado em 1959. Hoje serve de museu e contém réplicas da vida dos tempos idos dos condes da casa de Bragança, assim como artefactos; e é também a residência oficial do Presidente da República no Norte do país.

## 3 – Largo Cónego Maria Gomes

A Rua de Santa Maria é das mais conhecidas e mais emblemáticas de Guimarães. Todos os Vimaraneses a conhecem e todos os turistas a procuram. Há documentos do século XII que se referem a esta rua já pelo seu atual nome.

É famosa por ter sido uma das primeiras ruas a ser abertas na cidade. O caminho que se faz ao percorrer a Rua de Santa Maria relembra o percurso antigo que constituía o elo de ligação entre a parte alta e a parte baixa da vila, ligando o Castelo ao convento fundados pela Condessa Mumadona Dias.

Vários testemunhos arquitetónicos do passado permanecem nesta rua e a Casa do Arco é um dos elementos mais conhecidos e que lhe dá mais personalidade.

É um ótimo local para tirar uma fotografia para o Instagram, por isso aproveita que vais passar por baixo dela!

Deste largo, a rua é para onde fogem os olhos, mas o edifício que hoje funciona como Câmara Municipal de Guimarães é também um ponto a destacar – os vimaranenses até se referem a este largo como o largo da Câmara, mesmo não sendo o seu nome oficial.

Fundado no século XVI, este edifício foi um dos conventos mais ricos de Guimarães - o Convento de Santa Clara. É um edifício barroco de dois pisos com um claustro visitável gratuitamente – pede ao segurança para entrar se o quiseres ver!

## 5 – Largo da Oliveira

O Largo da Oliveira e a Igreja de Nossa Senhora da Oliveira devem o seu nome à árvore que te serve de banco – na verdade à primeira oliveira que aqui se plantou, que não é esta, mas que tem um história que merece ser ouvida.

Antes de se falar em Nossa Senhora da Oliveira, nesta praça, os elementos eram em nome da Nossa Senhora da Vitória – depois do milagre da oliveira, que já te vou contar, passou a dedicar-se à Senhora da Oliveira.

A lenda diz que no século XIV existia uma oliveira trazida do Monte das Oliveiras de Jerusalém mais ou menos nesta localização. Essa árvore secou e assim continuou até que colocaram perto dela uma cruz, ainda hoje presente debaixo do padrão aqui presente. É aí que o milagre acontece, pois três dias depois da colocação da cruz, a oliveira rejuvenesceu, voltando a ter folhas verdes e saudáveis.

Esta história passou a ser conhecida como o milagre da oliveira, dando o nome à praça e à Igreja. A árvore do milagre permaneceu na praça até 1870 antes de ser retirada, a mando da Câmara Municipal, muito contra a vontade do povo vimaranense, orgulhoso das suas tradições e história.

No entanto, quando o largo foi renovado em 1985, foi plantada outra árvore de oliveira que faz alusão e homenagem à lenda e à primeira árvore. A pedra que funciona como vaso - ou banco, neste caso - contém à volta as datas dos três acontecimentos que marcam esta história: 1342 – a plantação da primeira árvore, 1870 – a remoção dessa árvore e 1985 – a plantação da nova árvore que desde então nunca murchou.

A igreja da Nossa Senhora da Oliveira tem em frente um monumento histórico único no país – o Padrão do Salado. Os quatro arcos trabalhados remontam à participação e sucesso, pelo rei D. Afonso IV na Batalha do Salado contra o exército espanhol e muçulmano.

As origens da Colegiada de Nossa Senhora da Oliveira remontam ao mosteiro fundado aqui por Mumadona Dias no ano de 949. Da construção original pouco resta e no edifício atual é fácil perceber as remodelações e acrescentos que integram elementos de diversas épocas. Esta Igreja é monumento nacional desde 1910.

## 7 – Zona de Couros

A tradição de trabalho com couros é em Guimarães muito antiga. Desde a Idade Média que as peles, principalmente de gado bovino, eram trabalhadas aqui. Estes tanques, em conjunto com alguns dos edifícios das ruas desta zona, que constituem antigas fábricas de curtumes, são vestígios de ligação à manufatura e transformação das peles dos animais que aqui se faziam.

O desenvolvimento deste tipo de indústria contribuiu muito para a projeção económica de Guimarães ao longo do tempo e levou à evolução de outras atividades, como a indústria do calçado, pela qual ainda hoje a cidade é conhecida.



Os processos de transformação dos couros eram demorados e complexos e as condições de trabalho muito precárias. Eram precisos homens robustos e fortes que preparavam as peles para aquilo que era o trabalho de curtir, o qual também faziam descalços e ao ar livre, debaixo de chuva ou sol em permanente contacto com a água mal cheirosa que o trabalho causava.

As fases do processo, para além de força bruta, precisavam de ferramentas e mestria. Numa primeira fase, os curtidores retiravam os pelos e gordura das peles e depois as estas repousavam na água. A fase seguinte era o enxugo, feito muitas vezes ao ar livre e a ocupar espaços da via pública. O processo de acabamento envolvia a secagem em barracões de madeira construídos como anexos em casas operárias ou fábricas.

Se quiseres saber detalhes sobre o decorrer do processo e fases transformação de curtumes, visita o site [guimaraesturismo.com](http://guimaraesturismo.com).

Neste lugar, vêm-se vestígios do conjunto de tanques de uma fábrica que deixou de funcionar no século XX. O balcão que serve de banco nesta visita deixa-nos fazer a ligação que existe entre os tanques e o rio. A água que corria por entre os tanques e para dentro dos tanques, rasos ao chão, era aproveitada ao máximo entre as diferentes fases – daí também o mau cheiro que dela vinha.

Recentemente, esta zona da cidade foi remodelada e algumas das antigas fábricas transformadas. A instalação do Instituto de Arquitetura e Design da Universidade do Minho é um exemplo da reabilitação desta zona, assim como o Museu Curtir Ciência.

## 8 – Jardins e Palácio Vila Flor

Este espaço, para além de lindo, tem muita história e importância cultural – um ponto para cada um dos dois edifícios aqui presentes e, para além disso, ainda um jardim, mas já falamos nele.

Daqui vê-se o Palácio Vila Flor, um edifício do século XVIII mandado construir por um fidalgo vimaranense com 10 nomes - Tadeu Luís António Lopes de Carvalho de Fonseca e Camões. Os Condes de Arrochela, posteriormente compraram-no e receberam D. Maria II na visita que fez à cidade aquando da elevação de Guimarães de vila para cidade. Depois passou para a posse da família Jordão que completou as obras – a sequência de estátuas de reis presentes em duas das fachadas ficou, no entanto, inacabada.

Em 1976 foi adquirido pela Câmara Municipal e foi sofrendo inúmeras intervenções, tendo várias finalidades em mente, mas o estado do interior nunca permitiu restaurar o palácio como um todo. Depois de remodelado e equipado, alguns anos mais tarde, integra agora o Centro Cultural Vila Flor.

O edifício mais moderno deste espaço foi inaugurado em 2005 com o objetivo de dar à cultura um espaço que permitisse descentralizá-la e pôr Guimarães no roteiro cultural do país. A construção junta a modernidade com os traços do Palácio, criando harmonia com todo o espaço envolvente. Foi criado de raiz para receber espetáculos culturais e está por isso, equipado com salas de espetáculos e outras para os mais diversos eventos.

Uma das coisas que permanece intacta neste espaço são os jardins que se desdobram de par em par. São considerados dos mais bonitos do país e funcionam para os vimaranenses – sobretudo os mais jovens - como ponto de encontro para tardes de sol e convívio ao ar livre. É pacífico para uma tarde de estudo, convívio entre amigos, leitura ou sessão de fotos para as redes sociais.

## 9 – Alameda

Deste banco vê-se uma frase. A frase é simples em palavras mas nunca em significado. À noite, ilumina-se para que ninguém se esqueça e todos a possam ver quando escurece.

“Aqui Nasceu Portugal” transporta-nos ao tempo do nosso primeiro Rei, das suas conquistas e à história de descobrimentos e batalhas ganhas com as quais Portugal transborda. Mas em Guimarães,

aqui, vive-se essa história, sente-se essa história, vê-se essa história: no castelo, nas ruas e um pouco por toda a cidade.

Todo e qualquer vimaranense já usou esta frase, uma ou mais vezes na vida. Aqui nasceu Portugal, o berço da nação é aqui. O povo de Guimarães é a sua maior publicidade, pois ninguém ama, defende e protege tanto a sua cidade como um vimaranense. Podes perguntar e vais perceber.

Essa garra, essa força e esse orgulho incondicional recorda-nos D. Afonso Henriques – o Conquistador do país e criador de uma nação, imagem de marca e ídolo de Guimarães. Foi aqui que Portugal nasceu, foi daqui que este guerreiro saiu a desbravar o terreno na criação de um país e Guimarães viu primeiro.

O orgulho que se sente neste povo é o bastante para aqui querer voltar e dizer que Portugal nasceu em Guimarães e “eu estive lá”.

## 5. OS DOCUMENTOS QUE ACOMPANHAM A VISITA

Estes documentos são o produto final, aquilo que será apresentado ao participante. São exemplos ilustrativos da documentação a que o visitante teria acesso no pacote da visita disponível online para descarregar para o telemóvel; mas também existiriam na versão papel.

Fazem parte deste pacote:

- contextualização da visita;
- divulgação e explicação do percurso;
- explicitação dos locais/pontos de interesse e respetivos bancos;
- contextualização das experiências extra-percurso;
- conteúdos áudio;
- textos escritos.

Estes exemplos ou uma versão deles serão documentos essenciais para o participante, uma vez que explicam o teor da visita – o que é VER GUIMARÃES SENTADO – de que forma participar e as instruções para fazê-lo.

### 5.1. A visita

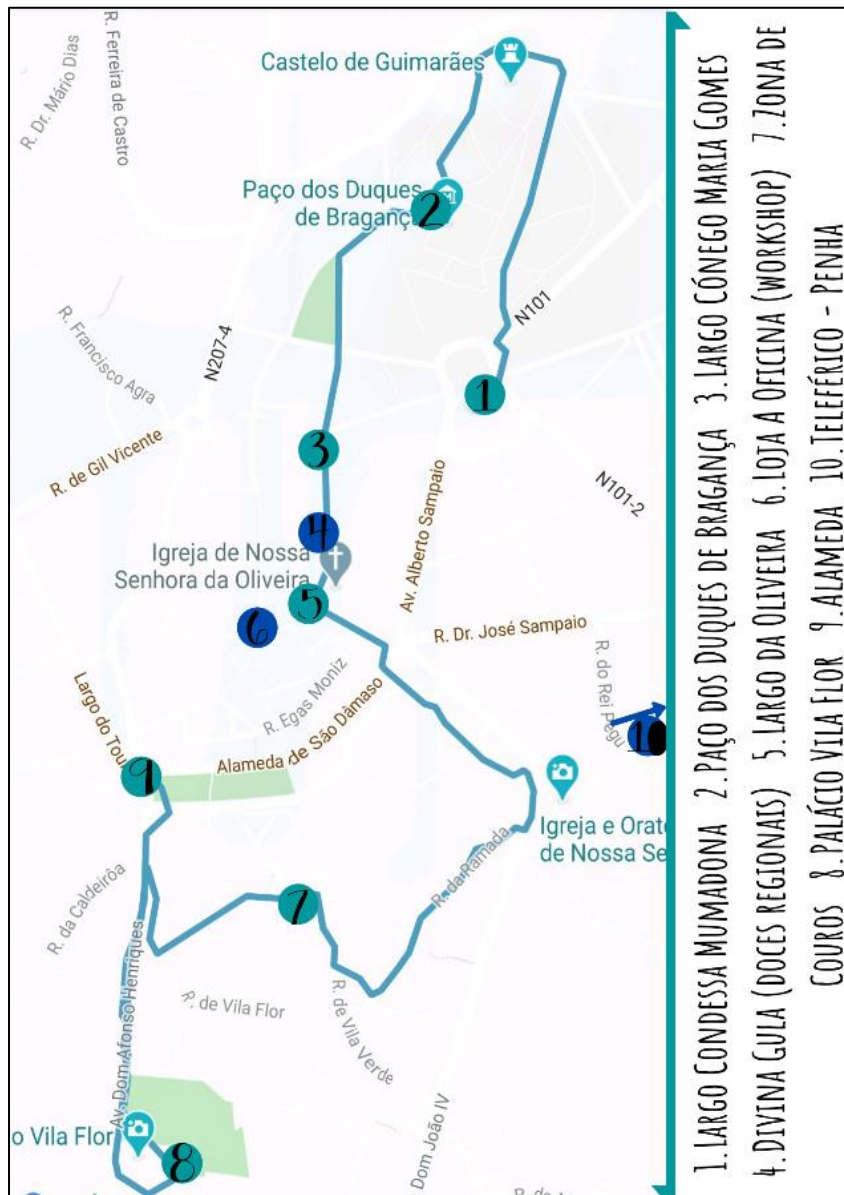
Numa primeira fase, o participante precisa do contexto e de uma breve explicação da visita. Estes dois folhetos poderão servir nesse sentido.



## 5.2. O percurso

O participante precisa de se orientar na cidade. Uma vez que a visita será acompanhada com recurso ao telemóvel, o mapa online, será facilmente encontrado, não só devido à hiperligação proposta, mas à facilidade de manuseio de tecnologias por parte do público-alvo.

Para o percurso e visita propriamente ditos, as brochuras abaixo contêm o percurso (anteriormente exposto), delineado e numerado e brochuras com fotografias do local onde o participante se sentará e daquilo que vê após sentar-se.



Um percurso delineado num mapa é o fundamental, mas as paragens do percurso implicam sentar e, de modo a orientar o participante nesse sentido, os próximos folhetos contêm fotografias do banco e da vista que o mesmo proporciona para que o visitante saiba onde se sentar em cada localização para relaxar e ouvir os áudios.



### 5.2.1. As experiências

Os participantes precisam igualmente de contextualização e informações sobre as experiências extra percurso. Estes informam brevemente o teor da experiência para gerar interesse e o seu valor, uma vez que constituem a única parte paga do percurso proposto.

### EXPERIÊNCIAS EXTRA PERCURSO



ESTAS EXPERIÊNCIAS VÃO PERMITIR-TE EXPLORAR BEM DE PERTO AINDA MAIS ENCANTOS DE GUIMARÃES - A TRADIÇÃO E A NATUREZA!

### PROVA DE DOCES CONVENTUAIS REGIONAIS

TORTAS DE GUIMARÃES  
TOUCINHO DO CÉU

OS DOCES CONVENTUAIS FAZEM PARTE DA HISTÓRIA SECULAR VIMARANENSE E NÃO PODES DEIXAR DE OS PROVAR!

VALOR APROX. 3€

<p>WORKSHOP ARTESANATO - OLARIA/BORDADOS</p>  <p>CANTARINHA DOS NAMORADOS</p> <p>LENÇO DOS NAMORADOS</p> <p>O ARTESANATO É UMA DAS IMAGENS DE MARCA DA CULTURA VIMARANENSE E TU PODES PÔR AS MÃOS NA MASSA E SER PARTE DELA.</p> <p>SABE MAIS EM <a href="https://loja.abecina.pt/">HTTPS://LOJA.ABECINA.PT/</a></p>	<p>VIAGEM DE TELEFÉRICO - MONTANHA DA PENHA</p>  <p>O TELEFÉRICO LEVA-TE À MONTANHA DA PENHA, UM PARQUE NATURAL COM GRUTAS E MIRADOUROS QUE PODES EXPLORAR UMA E OUTRA VEZ.</p> <p>VALOR IDA E VOLTAR - 7,50€ / 1,50€ (VIMARANENSES)</p>
---	--

### 5.3. Áudios<sup>18</sup>

Os áudios são igualmente parte essencial da visita; funcionam como um guia turístico pessoal. São simples em informação e vocabulário, dispensando apenas o necessário para se conhecer os factos mais importantes.

Os áudios descarregados para o telemóvel estarão numerados de acordo com os números apresentados no percurso. O participante, chegado ao local, tem simplesmente que pressionar play.




LargoCondessaMumadona\_Audio.mp3

<sup>18</sup> Um exemplo de transformação em áudio destes textos encontra-se neste documento, mas para a realização de todos seriam necessárias pessoas experientes neste ramo, assim como equipamentos adequados. O ficheiro de som segue anexado na pasta com o presente documento.

### 5.3.1. Conteúdo áudio em formato papel

De seguida, encontra-se um exemplo da versão papel dos áudios que estarão disponíveis. Neste caso, e como os textos já estão neste documento escritos, não é necessário fazer um exemplar para todas as paragens.

	<p>O Largo Condessa Mumadona relembra a mulher mais importante da sua época, aqui elogiada em forma de estátua bem no centro do largo e no nome do próprio largo. Todos os vimaranenses a conhecem como a fundadora da sua cidade. Diz-se que era uma mulher alta e bem constituída, características presentes também na estátua, imponente não só em tamanho, mas em valor histórico. Podemos chamar a Mumadona Dias uma empreendedora do século X, ela foi a mulher mais rica e poderosa do seu tempo em todo o Noroeste Peninsular. Descendente de Condes, casou com o então Conde de Tuy, de seu nome Hermenegildo Gonçalves, com quem teve 6 filhos. Herdou do marido, quando este faleceu, estas terras; e sozinha, foi a principal responsável pela edificação da vila de Vimaranes, onde escolheu morar. Vimaranes, nome a partir do qual ainda hoje se denominam os moradores desta cidade – vimaranenses - tornou-se Guimarães só mais tarde, devido à evolução do latim. A Condessa, com planos bem delineados e inovadores, mandou construir nesta sua terra um convento de frades e freiras que se tornou no ponto de atração e fixação para a população que aqui cresceu. Para defender as gentes que acolheu na sua terra de ataques invasores e afirmar o seu poder enquanto mulher solteira e independente, a Condessa Mumadona Dias mandou erguer no cimo do monte, entre os anos de 959 e 968 o Castelo de Guimarães. Por esta altura, a vila de Vimaranes estava dividida em dois polos dinamizadores: o Castelo e o Convento ou a parte alta e a baixa da vila, sendo que o castelo se encontrava no cimo do monte e o convento na parte de baixo. A população da vila de Vimaranes cresceu e desenvolveu-se à volta destes pontos, dentro das muralhas que a edificavam. No século XII, o Convento fundado pela Condessa foi transformado em Colegiada. Já o Castelo foi sofrendo inúmeras alterações ao longo do tempo até atingir a forma que hoje tem, nomeadamente com a adição de torres e aumento da muralha, por influência dos senhores que a seguir tomaram posse destas terras, mas esta história não é sobre eles.</p>
---	---

## 5. PROMOÇÃO E DIVULGAÇÃO

Tendo em conta o público-alvo, as formas de promoção e divulgação do projeto têm de ser pensadas para captar a atenção do mesmo, e para além dos métodos mais tradicionais, como flyers ou textos promocionais no site, o recurso às plataformas online seria indispensável e a forma mais eficaz de cativar a atenção do público jovem e provocar maior interesse.

Seguem-se dois exemplos de promoção em redes sociais e sugestões para cada uma delas.

- Publicação no Instagram



- Publicação no Facebook





## 6. BIBLIOGRAFIA

Divisão de Turismo. (2019). Guimarães Estratégia Turística 2019 | 2029. Retrieved from [https://www.guimaraesturismo.com/uploads/document/file/2212/Guimaraes\\_Estrategia\\_Turistica\\_2019-2029.pdf](https://www.guimaraesturismo.com/uploads/document/file/2212/Guimaraes_Estrategia_Turistica_2019-2029.pdf)

Divisão de Turismo. (2019). Síntese de dados estatísticos Turismo de Guimarães 2018 (p. 9). Guimarães: Divisão de Turismo. Retrieved from [https://www.cm-guimaraes.pt/cmguimaraes/uploads/writer\\_file/document/7010/sintese\\_resultados\\_estatisticos\\_guimaraes\\_2018.pdf](https://www.cm-guimaraes.pt/cmguimaraes/uploads/writer_file/document/7010/sintese_resultados_estatisticos_guimaraes_2018.pdf)

Guimarães Turismo. (2016). Motivações e Perfil do Visitante de Guimarães 2016 (p. 4). Guimarães: Guimarães Turismo. Retrieved from [https://www.guimaraesturismo.com/uploads/document/file/2042/PerfilTurista.2016\\_2.pdf](https://www.guimaraesturismo.com/uploads/document/file/2042/PerfilTurista.2016_2.pdf)

Marques, V. (2011). Turismo Cultural em Guimarães – O perfil e as motivações do visitante (Master's thesis, Universidade do Minho). Retrieved from <http://hdl.handle.net/1822/18041>

Escrita dos textos

<https://www.cm-guimaraes.pt/pages/248>

[https://www.infopedia.pt/\\$mumadona-dias](https://www.infopedia.pt/$mumadona-dias)

<http://www.guesthousevimaranes.pt/casa-mumadona-dias.html>

<https://asteriscosparenteses.blogs.sapo.pt/guimaraes-lenda-de-mumadona-dias-50051>

<https://pacodosduques.gov.pt/monumentos/paco-dos-duques/>

<https://pacodosduques.gov.pt/monumentos/igreja-sao-miguel/>

<https://pacodosduques.gov.pt/monumentos/castelo-de-guimaraes/>

[https://www.guimaraesturismo.com/pages/153?geo\\_article\\_id=71](https://www.guimaraesturismo.com/pages/153?geo_article_id=71)

<https://www.cm-guimaraes.pt/conhecer/monumentos/poi/convento-de-santa-clara>

<https://tradicoesemitosdeguimaraes.webnode.pt/>

<https://www.visitportugal.com/pt-pt/content/igreja-de-nossa-senhora-da-oliveira-guimaraes>

<https://www.minube.pt/sitio-preferido/lenda-de-nossa-senhora-da-oliveira-a3691599>

<https://ensina.rtp.pt/artigo/a-batalha-do-salado/>

[https://www.guimaraesturismo.com/pages/804?geo\\_article\\_id=1436](https://www.guimaraesturismo.com/pages/804?geo_article_id=1436)

[https://www.guimaraesturismo.com/pages/804?geo\\_article\\_id=1439](https://www.guimaraesturismo.com/pages/804?geo_article_id=1439)

[https://www.guimaraesturismo.com/pages/153?geo\\_article\\_id=115](https://www.guimaraesturismo.com/pages/153?geo_article_id=115)

[https://www.guimaraesturismo.com/pages/203?geo\\_article\\_id=223](https://www.guimaraesturismo.com/pages/203?geo_article_id=223)

Fotografias/Imagens autoria própria à exceção de

Artesanato: A loja Oficina em <https://loja.aoficina.pt/>

Doçaria: Facebook de Divina Gula em

[https://www.facebook.com/divinagula44/photos/?ref=page\\_internal](https://www.facebook.com/divinagula44/photos/?ref=page_internal)

Ferramentas de edição de flyers e edição de áudio

Canva em <https://www.canva.com/> e Audacity

## 7. ANEXOS

Nesta parte, seguem as traduções para inglês das sugestões dos textos informativos que acompanham a visita do projeto VER GUIMARÃES SENTADO. Estão organizadas pelos mesmos números em que se encontram no mapa do percurso, assim como na parte do projeto a eles referente.

### 1 - Largo Condessa Mumadona

The Largo Condessa Mumadona or Countess Mumadona Square if you will, recalls the most important woman of her time, here evoked in the form of a statue right at the centre of the square and in the actual name of the square. All the vimaranenses – Guimaraes' habitants – know her as the founder of their city. It is said she was a tall woman, a characteristic visible in the statue, grand not only in size but in historical meaning.

We can say Countess Mumadona Dias was an entrepreneur of the 10th century. She was the richest, most powerful woman of her time in all the Peninsular Northeast. She was a descendant of Counts and married the, then, Count of Tuy, Hermenegildo Gonçalves of his name, with whom she had 6 children.

She inherited from her husband, after his death, this land; and alone, was the sole responsible for the construction of the town of Vimaranes, where she chose to live. Vimaranes is the origin of the name by what the habitants of Guimarães are known as – vimaranenses - and the city only started being known as Guimarães due to the evolution of the Latin language.

The Countess, with well-designed and innovative plans, ordered the building in this land of hers of a monastery of nuns and friars, which became the centre of attraction for the population that grew around it. To defend the people she welcomed in her land from the attacks of the invaders and to affirm her power as a strong independent woman, Countess Mumadona ordered the building at the top of the mountain, between 959 and 968, of the castle of Guimarães.

Around this time, the town of Vimaranes was divided in two dynamic hubs: the Castle and the Monastery, or uptown and downtown, as the castle was at the top of the hill and the monastery in the lower part. The population of Vimaranes grew around these points, inside the walls that protected it.

In the 12th century, the Monastery founded by the Countess was transformed into a Collegiate church. The Castle, as time went by, endured several changes until it took on the shape it has today, such the addition of towers and the development of the Wall by influence of the Lords that followed, but this story is not about them.

### 2 - Paço dos Duques de Bragança

The Colina Sagrada or Sacred Hill as it is known, allows us to see in perspective three of the main tourist sites and monuments of Guimarães' historical heritage: the Castle of Guimarães, the Church of St. Michael and the Ducal Palace of Braganza.

The Castle was first built by orders of Countess Mumadona Dias, founder of the city, to protect the population from the invaders. This must have been built with wood and of its original architecture little is known.

It was in the 12th century, by command of the first King of Portugal, D. Afonso Henriques – the Conqueror, that the castle gained the perimeter that it occupies today, but still without the towers and part of the current structure.

No one knows for certain the birth date of Afonso Henriques, but it is known and you can ask any vimaranense, that he won, against his own mother's army, the Battle of São Mamede on the 24th of June in the year of 1128. This date is so remarkable that the people of Guimarães consider June 24th as the first day of Portugal – it is a Municipal Holiday.

After this battle, Afonso Henriques was crowned King, took over as governor of the new Condado Portucalense – the area that constituted the, then, country of Portugal – and crossed the land, conquering and forming the borders of what would be the Portugal that we know today. He was King of Portugal for 42 years and died in December of 1185.

The Church of St. Michael, located between the Castle and the Ducal Palace is a construction of the 13th century. It is said that it was in this church that our noble first Portuguese King was baptized, but this is not certain.

In the lowest part of the hill, the Ducal Palace of Braganza was built later, and to put it in a time frame, we have to fast forward to the 15th century. It was ordered by the 8th Count of Barcelos, later given the name of First Duke of Braganza, and that explains the name of the monument.

The House of Braganza was one of the richest and most powerful stately homes of the Iberian Peninsula in the 15th century. It's said that in the 1500's, the era of Portuguese Navigations and Discoveries, the Palace served as a residence for the Dukes of Braganza and after that fell into ruins.

In the 19th century, the Palace was readapted to serve as a Military Headquarters and after that, it was reconstructed to be inaugurated in 1959. Today, it's got a museum that replicates how life was in the times of the Counts of the House of Braganza, as well as artefacts. It also serves as the official residence for the Portuguese President when in the North of the country.

### 3 - Largo Cónego Maria Gomes

The Santa Maria Street is one of the most famous and known streets of Guimarães. All the vimaranenses know it and every tourist asks about it. There are documents from the 12th century referring to this street by its current name.

It is famous for being one of the first streets in the city. The path when we walk this street from top to bottom evokes the ancient path that connected uptown to downtown – linking the Castle to the Monastery founded by Countess Mumadona Dias. Various architectural elements from the past can be found in this street, the Casa do Arco, which is a house with an arch, is one of the best known elements that give the street a lot of personality.

The arch, or under it, makes a great place for an Instagram pic, so take advantage of it because you're walking under it next!

From this square, the Street of Santa Maria is where the eyes go to, but the building that serves as City Hall is a prominent structure – the vimaranenses even refer to this square as 'Largo da Câmara' (or City Hall's Square), even though it isn't its actual name.

Founded in the 16th century, this building was one of the richest monasteries in Guimarães – The Monastery of Santa Clara. The construction style is baroque and it has two levels and a cloister that you can visit for free – ask the security guard to go in if you want to see it!

### 5 – Largo da Oliveira

Oliveira's Square and the Church of Nossa Senhora da Oliveira owe their name to the olive tree that you're sitting on – actually not this tree but the first one that was planted here and that one has got a story worth listening to.

Before Senhora da Oliveira was even a thing, everything in this square owed the name to Senhora da Vitória, but after the miracle of the olive tree, that you'll know of in a second, they were dedicated to the Senhora da Oliveira. Oliveira, by the way, means olive tree.

The legend says that in the 14th century there was an olive tree brought from the Mount of Olives of Jerusalem in this area. That tree dried and stayed dead until a cross was put close to it. That cross is still here to this day, under the monument with the arches. And that's when the miracle happened,

because three days after the cross was put here, the olive tree came to life with new green and healthy leaves.

This story is known as the Miracle of the Olive Tree, naming the square and the church. The tree of the miracle stayed in the square until 1870, when it was taken down by orders of the City Hall, against the will of the population, a very proud population and connected to its history population.

However, when the square underwent some renovations in 1985, another olive tree was planted in homage to the legend and miracle of the first one. The stone around it, that works as a planter – or bench, in this case – has the three dates engraved that mark the story of the tree: 1342 being the arrival of the first tree; 1870 the removal of that tree and 1985 the arrival of the new tree that has stayed here ever since, greener and greener every day.

The Church of Nossa Senhora da Oliveira has in front of it an historical monument, singular in the entire country, it's called Padrão do Salado. The four embellished arches evoke the participation and success in the Battle of Salado against the Muslim and Spanish armies.

The origins of the Collegiate Church go all the way back to the Monastery here founded by Mumadona Dias in the year of 949. There isn't much left from the original construction and in the existing building the renovations and enhancements of several decades are easily noticeable. This church has been a National Monument since 1910.

## 7 – Zona de Couros

The tradition of work with hides is ancient in Guimarães. Ever since the Middle Ages, skins, mostly from bovine cattle, were transformed here. These tanks, together with some of the buildings in these streets that were once tanneries, are all remnants connected to the manufacture and transformation of the animal skins that happened around here.

The development of this kind of industry contributed a whole lot for the economic projection of Guimarães over time and led to the evolution of other activities like the shoe industry, for which the city is much known.

The hides' transformation processes were long and complex and the work conditions were not the best. A lot of robust, strong men were needed to prepare the skins for what would be the tanning process, which they did barefoot and in the open air, under rain or sun and in constant contact with the stinky water this job let out.

The phases of the process, besides brawn, required tools and mastery. In the initial phase, the tanners took out the hair and fat from the skins and left them to rest in water. After that, the skins were left to dry, most of the time in the open air occupying public spaces. The finishing process involved drying in warehouses attached to the proletarians' houses or in factories.

If you want to know more details about the phases of the transformation processes, visit [guimaraesturismo.com](http://guimaraesturismo.com).

In this place, you can see some tanks of an old factory that closed business in the 20th century. The balcony that works as a bench allows us to perceive the link between the tanks and the river. The water that ran in among and inside the floor level tanks, was used and reused to its maximum point along the different phases – that helped the stinky smell.

Recently, this area of the city has been modernised and some of the old factories have been transformed into the Institute of Architecture and Design of University of Minho or the Museum Curtir Ciência, for example.

## 8 –Jardins e Palácio Vila Flor

This beautiful place has a lot of history and cultural relevance – one for each of the buildings found here and besides that, it has a garden, but we'll get there.

From here, you can see the Vila Flor Palace, a building from the 18th century ordered by a nobleman with ten given names – Tadeu Luís António Lopes de Carvalho de Fonseca e Camões. The Counts of Arrochela later bought them and welcomed D. Maria II in her visit to Guimarães when the town was elevated to the title of a municipal city. After that, the Palace was owned by the Jordão family who finished its construction. However, the arrangement of kings' statues found in two of the façades stayed incomplete.

In 1976, the City Hall acquired it, and since then, the building went through some interventions, always with some aims in mind, but the state of the interior never permitted it to be restored as a whole. After being remodelled and equipped, some years later, it is now the Centro Cultural Vila Flor.

The more modern building of this area was inaugurated in 2005 with the goal of creating a space where culture could exist out of the country's centre, and put Guimarães in the books of Portugal's culture. The construction fuses modern features with the lines of the Palace, creating a harmony with all the surrounding space. It was built from scratch to welcome cultural shows and that's why it's equipped with concert halls and plenty of other rooms for a diversity of events.

One of the things that was left untouched in this space are the gardens. They're considered one of the most beautiful in the country and are for the vimaranenses – mostly the younger crowd – a meeting point for sunny summer afternoons of laughter. It's peaceful so it's perfect if you need to study, it's good to hang out with friends, to catch up on your readings or for a photo session to update your social media.

## 9 – Alameda

From this bench, you see a sentence. It is simple in words but not in meaning. At night it brightens up with lights so no one forgets and everyone can still see it even if it's dark.

“Aqui Nasceu Portugal” means “Portugal was born here” and it transports us to the era of our first King, to his conquests, to the history of discoveries, and battles won that Portugal overflows with. But in Guimarães, here, the history is lived, the history is felt, the history can be seen: in the Castle, in the streets and a little bit everywhere around the city.

Any vimaranense has said this sentence, once or more times in their life. Portugal was born here, the nation's cradle is here. The population of Guimarães is its biggest advertisement because no one loves, defends and protects their city as a vimaranense. You can ask around and you'll understand.

That fierceness, that power and that unconditional pride reminds us of D. Afonso Henriques – the Conqueror of the country and the creator of a nation, trade mark and idol of Guimarães. It was here that Portugal was born, it was from here that this warrior left and down he went to build a country and Guimarães saw it first.

The pride felt by this people is enough to make you want to come back and say that Portugal started in Guimarães and I was there.