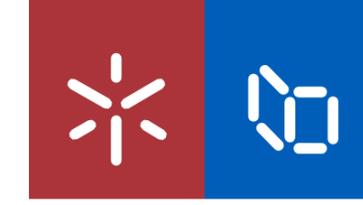


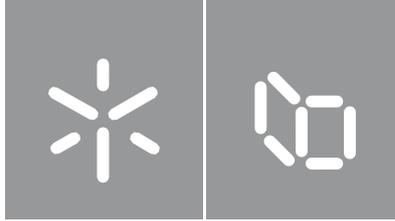


**Turismo Cultural: Tradução e Comunicação
Multilingue no Museu dos Biscainhos**

Rute Alexandra da Silva Machado

Universidade do Minho
Escola de Letras, Artes e Ciências Humanas





Universidade do Minho

Escola de Letras, Artes e Ciências Humanas

Rute Alexandra da Silva Machado

**Turismo Cultural: Tradução e Comunicação
Multilingue no Museu dos Biscainhos**

Relatório de Estágio

Mestrado em Tradução e Comunicação Multilingue

Trabalho efetuado sob a orientação da

Professora Doutora Sílvia Araújo

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.

Licença concedida aos utilizadores deste trabalho



**Atribuição-NãoComercial-SemDerivações
CC BY-NC-ND**

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

AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar, à minha família pelo apoio incondicional que me proporcionaram em todos os aspetos, durante o meu percurso académico. Especialmente aos meus pais, pois para além de sempre terem apoiado as minhas decisões, também incentivaram a obtenção do grau de Mestre e forneceram apoio financeiro para que tal fosse possível.

A todos os docentes que me acompanharam durante a minha formação na Universidade do Minho, tanto nos três anos da Licenciatura em Línguas e Literaturas Europeias, como nos dois anos do Mestrado em Tradução e Comunicação Multilíngue. Todos se mostraram dispostos a ajudar e a partilhar a sua sabedoria, preparando-me para o meu futuro profissional. Destacando a docente Sílvia Araújo e o docente Fernando Alves, que foram incansáveis.

Aos colaboradores do Museu dos Biscainhos, pela simpatia, receção e cuidado, pela ajuda e compreensão durante o meu estágio curricular no museu, e pela incrível experiência profissional oferecida, que me fez crescer a nível pessoal e profissional. Particularmente ao meu supervisor no museu, o Doutor Filipe Ferreira, que me incentivou a fazer sempre mais e melhor.

Para terminar, aos meus colegas de licenciatura e mestrado, que me acompanharam e ajudaram nas adversidades. Não só contribuíram para uma experiência universitária única, como também foram uma fonte de apoio. Estes estiveram na base do meu sucesso académico e por isso estarei eternamente grata.

Muito obrigada!

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.

Turismo Cultural: Tradução e Comunicação Multilíngue no Museu dos Biscainhos

RESUMO

O turismo é atualmente uma das maiores indústrias do mundo, gerando inúmeras receitas anualmente. Este setor é caracterizado pela sua fragmentação, com base na qual a Organização Mundial do Turismo (OMT) identifica 14 tipos de turismo, que refletem as diferentes motivações e necessidades dos turistas.

Em Portugal, o turismo é também um dos setores mais importantes para a economia, com grande procura pelas cidades da faixa costeira. A cidade de Braga, situada no litoral norte, é a terceira maior cidade do país e é uma das cidades mais antigas de Portugal. Neste local destaca-se o turismo cultural, como um dos tipos de turismo mais procurados pelos turistas em visita à cidade, pela riqueza cultural que ostenta, cultivada durante os seus mais de 2000 anos de história.

De modo a tornar um texto acessível a estrangeiros, os organismos do setor turístico têm de recorrer à tradução de toda a informação que disponibilizam. A tradução no turismo abarca diversos tipos de textos, para além de envolver a desafiante tarefa de traduzir elementos culturais. Logo, é importante que a tradução seja realizada por um tradutor profissional, que possua as competências necessárias para produzir um texto de qualidade, na língua pretendida.

A comunicação, nas suas diversas formas, tem um papel vital na indústria do turismo, uma vez que é a partir desta que se dá a conhecer um destino ou produto turístico. A relevância da comunicação é evidenciada no atendimento ao público, já que este afeta diretamente a experiência do turista. A comunicação é feita a nível multilíngue, pois é necessário comunicar com falantes de diferentes línguas.

Realizado no âmbito do Mestrado em Tradução e Comunicação Multilíngue, o presente relatório trata todos os aspetos abordados anteriormente, por forma a dar conta das principais atividades desenvolvidas durante o meu estágio curricular no Museu dos Biscainhos. Primeiro é exposta a teoria, de seguida todo o trabalho prático conduzido nesse local carregado de história e conclui-se com a conexão de ambas.

Palavras chave: Braga, comunicação multilíngue, museu, tradução turística, turismo cultural.

Cultural Tourism: Translation and Multilingual Communication at Museu dos Biscainhos

ABSTRACT

Tourism is now one of the world's biggest industries, as it generates numerous revenues annually. This sector is characterized by its fragmentation, on the basis of which the World Tourism Organization (WTO) identifies 14 types of tourism that reflect tourists' diverse motivations and needs.

In Portugal, tourism is also one of the most important sectors for the national economy, with great demand by the coastal cities. The city of Braga, located on the north coast, is the third largest city in the country and is one of the oldest cities in Portugal. Cultural tourism stands out in this location as one of the most popular types of tourism amongst the tourists visiting the city, for its cultural heritage cultivated throughout its more than 2000-year history.

In order to make a text accessible to foreigners, tourist organizations need to translate all of the information they have available. Translation in tourism not only encompasses several types of texts, but also involves the challenging task of translating cultural elements. Therefore, it is important for the translation to be done by a professional translator, who has the necessary skills to produce a quality text in the target language.

In its different forms, communication plays a vital role in the tourism industry, since it allows to make a tourist destination or product known. The relevance of communication is highlighted in the customer service, given that it directly affects tourist's experience. Because it is necessary to communicate with speakers of different languages, it is mandatory to apply multilingual communication.

This report was carried out within the scope of the Master in Translation and Multilingual Communication, and it addresses all of the topics previously mentioned in order to cover the main activities executed during my internship at Museu dos Biscainhos. Hence, the theory will be addressed first, followed by all of the practical work done in this place full of history and it will end by connecting both.

Keywords: Braga, cultural tourism, multilingual communication, museum, touristic translation.

ÍNDICE

DIREITOS DE AUTOR E CONDIÇÕES DE UTILIZAÇÃO DO TRABALHO POR TERCEIROS

ii

AGRADECIMENTOS	iii
DECLARAÇÃO DE INTEGRIDADE	iv
RESUMO	v
ABSTRACT	vi
ÍNDICE	vii
ÍNDICE DE TABELAS	ix
ÍNDICE DE FIGURAS	ix
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xi
1. INTRODUÇÃO	1
1.1. Objetivos do relatório.....	1
1.2. Estrutura do relatório.....	1
2. ENQUADRAMENTO TEÓRICO	3
2.1. O turismo.....	3
2.1.1. Tipos de turismo	4
2.1.1.1. Turismo cultural.....	5
2.1.1.2. Ecoturismo	7
2.1.1.3. Turismo rural.....	7
2.1.1.4. Turismo de aventura	8
2.1.1.5. Turismo de saúde	8
2.1.1.6. Turismo de bem-estar	9
2.1.1.7. Turismo médico.....	9
2.1.1.8. Turismo de negócios.....	9
2.1.1.9. Turismo gastronómico	10
2.1.1.10. Turismo costeiro, marítimo e de águas interiores.....	10
2.1.1.11. Turismo urbano/de cidade.....	11
2.1.1.12. Turismo de montanha.....	11
2.1.1.13. Turismo educativo	12
2.1.1.14. Turismo desportivo	12
2.1.2. Turismo em Portugal.....	12
2.1.3. Braga como cidade turística	13

2.1.3.1. Atratividade histórica.....	13
2.1.3.2. Aumento da procura turística	16
2.1.3.3. Distinções.....	17
2.1.3.4. Tipos de turismo mais comuns	18
2.1.4. Turismo Cultural em Braga	20
2.1.4.1. Património material	20
2.1.4.2. Museus	25
2.1.4.3. Celebrações.....	27
2.1.5. Notas conclusivas	28
2.2. Tradução Turística.....	29
2.2.1. Tipos de textos turísticos.....	29
2.2.2. Tradução cultural.....	31
2.2.3. Importância da tradução profissional.....	33
2.2.4. Competências do Tradutor.....	34
2.2.5. Notas conclusivas.....	35
2.3. Comunicação turística	35
2.3.1. Tipos de comunicação	37
2.3.2. Atendimento ao público	38
2.3.3. Comunicação multilingue.....	39
2.3.4. Linguagem no turismo	40
2.3.5. Notas conclusivas.....	41
3. ESTÁGIO CURRICULAR	43
3.1. Apresentação do local de estágio	43
3.2. Metodologia de trabalho.....	47
3.3. Projetos de tradução.....	50
3.3.1. Análise.....	51
3.3.1.1. Roteiro Básico.....	51
3.3.1.2. Folhetos informativos	53
3.3.1.3. Revisão de metadados	54
3.3.2. Ferramentas e recursos utilizados	56
3.4. As visitas	59
3.4.1. Perfil dos visitantes	63
3.4.2. Comunicação com os visitantes.....	67
3.4.3. Dificuldades	69

3.4.4. Evolução	70
3.5. Atividades realizadas	71
3.5.1. Visita cultural por Braga	71
3.5.2. Registo Fotográfico.....	75
3.5.2.1. De visitas guiadas	75
3.5.2.2. De atividades/eventos	77
3.5.2.3. De material.....	77
3.5.3. Preparação dos espaços para eventos	78
3.5.4. Proposta de atividade educativa	79
4. CONSIDERAÇÕES FINAIS	82
BIBLIOGRAFIA.....	84
ANEXOS	90
Anexo 1 – Tradução do Roteiro Básico	90
Anexo 2 – Folhetos informativos.....	97
Anexo 3 – Proposta de atividade educativa.....	113
Anexo 4 – Avaliação da estagiária	115

ÍNDICE DE TABELAS

Tabela 1: Definições de Turismo Cultural	5
Tabela 2 - Património Cultural.....	20
Tabela 3 - Museus Bracarenses	26
Tabela 4 - Celebrações Culturais.....	27

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 - Edifício da Arcada	21
Figura 2 - Torre de Menagem.....	21
Figura 3 - Arco da Porta Nova	21
Figura 4 - Termas Romanas.....	22
Figura 5 - Fonte do Ídolo.....	22
Figura 6 - Palácio do Raio	22
Figura 7 - Theatro Circo	23
Figura 8 - Casa dos Crivos	23

Figura 9 - Sé de Braga	23
Figura 10 - Santuário do Bom Jesus.....	24
Figura 11 - Santuário do Sameiro.....	24
Figura 12 - Mosteiro de Tibães.....	25
Figura 13 - Museu dos Biscainhos	26
Figura 14 - Museu D. Diogo de Sousa	26
Figura 15 - Tesouro-Museu da Sé.....	26
Figura 16 - Museu Nogueira da Silva.....	26
Figura 17 - Braga Romana	27
Figura 18 - Noite Branca.....	27
Figura 19 - Casa dos Biscainhos vista da rua	43
Figura 20 - Casa dos Biscainhos vista do jardim.....	43
Figura 21 - Átrio.....	45
Figura 22 - Escadaria.....	45
Figura 23 - Cavalariça	45
Figura 24 - Cozinha à direita	46
Figura 25 - Cozinha à esquerda	46
Figura 26 - Sala de Entrada	46
Figura 27 - Salão Nobre	46
Figura 28 - Oratório	46
Figura 29 - Sala do Estrado.....	46
Figura 30 - Salão de Música e de Jogo	46
Figura 31 - Gabinete	46
Figura 32 - Sala de Jantar	47
Figura 33 - Claustro/Pátio	47
Figura 34 - Terreiro.....	47
Figura 35 - Jardim Formal	47
Figura 36 - Pomar e Horta	47
Figura 37 - Busto de César Augusto (MDDS)	72
Figura 38 - Coleção arqueológica (MDDS)	72
Figura 39 - Vestígios das Termas Romanas	73
Figura 40 - Vestígios do Teatro Romano	73

Figura 41 - Estátua de César Augusto	74
Figura 42 - Museu Pio XII.....	74
Figura 43 - Igreja de São Marcos.....	74
Figura 44 - Palácio do Raio	74
Figura 45 - Fonte do Ídolo vista superior.....	74
Figura 46 - Visita guiada I	76
Figura 47 - Visita guiada II	76
Figura 48 - Visita guiada III	76
Figura 49 - Colocação do espantalho na Horta	77
Figura 50 - Marcação dos objetos	78
Figura 51 - Material fotografado	78
Figura 52 - Pedido de casamento no museu.....	79

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Visitas que liderei.....	60
Gráfico 2 - Visitas que acompanhei	61
Gráfico 3 - Total de visitantes	62
Gráfico 4 - Área de residência dos visitantes.....	63
Gráfico 5 - Nacionalidade dos visitantes	64
Gráfico 6 - Idade dos visitantes	65
Gráfico 7 - Sexo dos visitantes.....	66
Gráfico 8 - Línguas utilizadas nas visitas.....	68

1. INTRODUÇÃO

O presente relatório de estágio surge no contexto do Estágio Curricular, planificado para o segundo semestre do segundo ano do Mestrado em Tradução e Comunicação Multilingue, da Universidade do Minho. Tanto o estágio como o relatório, foram executados sob a orientação da Professora Doutora Sílvia Araújo, docente das Unidades Curriculares de Linguística de Corpus, no primeiro ano, e Seminário de Dissertação e Profissionalização, no segundo ano, do mestrado previamente mencionado.

Este trabalho tem como foco principal o estágio curricular realizado por mim no Museu dos Biscainhos, na cidade de Braga. Assim sendo, todos os tópicos abordados ao longo do relatório estão relacionados com a minha experiência profissional no museu.

Optei pelo título *Turismo Cultural: Tradução e Comunicação Multilingue no Museu dos Biscainhos*, como tema base deste trabalho, uma vez que este contextualiza o meu local de estágio no setor do turismo e conecta as minhas funções enquanto estagiária no museu, com as áreas de especialidade do Mestrado em Tradução e Comunicação Multilingue.

1.1. Objetivos do relatório

A realização do relatório de estágio tem como principal objetivo documentar as atividades realizadas durante o período de estágio curricular. Deste modo, mostra-se que o conhecimento adquirido nas Unidades Curriculares do Mestrado em Tradução e Comunicação Multilingue foi posto em prática no local de estágio, contribuindo assim para a minha formação a nível profissional.

O objetivo é que seja, pois, estabelecida uma conexão efetiva entre a teoria e a prática, contribuindo para o melhor entendimento do trabalho realizado em estágio e do conhecimento e competências que este implicou, por forma a promover o património do Museu dos Biscainhos sob diferentes formas.

1.2. Estrutura do relatório

O seguinte relatório encontra-se dividido em quatro capítulos principais. Primeiro surge a Introdução, onde é contextualizado o trabalho em questão. Depois inicia-se o Enquadramento teórico, que trata toda a teoria presente na prática de todo o trabalho realizado no estágio. Segue-

se o terceiro capítulo, Estágio curricular, onde se aborda tudo o que fiz no Museu dos Biscainhos durante o período de estágio. Por fim, o relatório é concluído nas Considerações finais, com a apresentação de uma reflexão geral do estágio e do relatório.

No entanto, é nos capítulos Enquadramento teórico e Estágio curricular que o trabalho se desenrola. No Enquadramento teórico há um foco total na parte teórica do estágio, isto é, no conhecimento e tópicos que envolvem o local de trabalho e as atividades práticas realizadas. Neste capítulo, como o título do relatório revela, serão desenvolvidos temas relacionados com o Turismo Cultural, a cidade de Braga, a Tradução turística e a Comunicação no turismo.

Por outro lado, no capítulo Estágio curricular, o foco será mais a parte prática do estágio no Museu dos Biscainhos, ou seja, tratarei todas as funções e atividades por mim realizadas. Nesta secção serão analisadas a metodologia de trabalho, as visitas que realizei enquanto guia, as traduções que efetuei, a comunicação com os visitantes e outras atividades de dinamização cultural do Museu em que participei.

2. ENQUADRAMENTO TEÓRICO

Neste capítulo pode ser encontrada toda a teoria relacionada com o estágio curricular no Museu dos Biscainhos. Nesta parte do relatório, os principais pontos abordados estão relacionados com o turismo, a tradução e a comunicação. Nestes pontos, destacam-se temas como a cidade de Braga, o Turismo Cultural, a Tradução turística e a Comunicação turística.

2.1. O turismo

Em 1911, Hermann Schattenhofen, um conhecido economista austríaco, cria uma das primeiras tentativas de definição oficial de turismo. Schattenhofen escreveu que o “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” (Barretto, 2008, p. 9, como citado em Charrua, 2011).

O turismo caracteriza-se por ser um processo evolutivo, e como tal, ao longo dos anos foram muitos os especialistas de variadas áreas do conhecimento, que tentaram formular uma definição para este fenómeno. As sucessivas alterações do conceito de turismo têm como objetivo aperfeiçoar e adequar este conceito à realidade complexa do fenómeno (Charrua, 2011).

Mais recentemente, destaca-se a definição apresentada no “Glossário” (s/d) da OMT/UNWTO¹, onde o Turismo se define como “um fenómeno social, cultural e económico, que implica a deslocação de pessoas para países ou lugares situados fora do seu ambiente habitual, para fins pessoais ou comerciais/profissionais”².

Salienta-se a figura de Thomas Cook neste tema, pelo papel fundamental que desempenhou no setor turístico, sendo considerado atualmente o “pai do turismo”. Cook, como empresário do turismo, iniciou os guias de viagem que conhecemos, ao escrever os seus guias de viagem intitulados “Manual do Turista”. Mais ainda, em 1841, Thomas Cook organizou a primeira viagem turística da história. Com a sua agência de viagens, Cook organizou diversas viagens de grupo e iniciou o aparecimento de outras agências de viagens (História, 2020).

¹ United Nations World Tourism Organization.

² Traduzido por mim, do inglês para o português.

O turismo é hoje uma das maiores indústrias do mundo. De facto, no século XXI, o setor do turismo passou a ser o segundo maior setor da economia global, com um peso no Produto Interno Bruto (PIB) mundial superior a 10% (Economy-Pedia, s/d).

2.1.1. Tipos de turismo

O setor do turismo caracteriza-se pela sua fragmentação, que reflete as diferentes motivações, necessidades e preferências dos turistas (Diniz, 2019). A identificação de diferentes tipos de turismo, baseia-se no facto de que os turistas não são todos iguais.

A segmentação do turismo não é só uma forma de organizar a atividade turística, esta é também uma forma de fragmentar a oferta turística e assim direccionar um local para a oferta de um tipo específico de turismo, segmentando assim o mercado (Diniz, 2019; Ricci, 2020).

Wendell Smith introduziu o conceito de segmentação de mercado como estratégia, com o artigo *Segmentação de mercado e diferenciação de produto* (1956). Neste defende que é necessário considerar que o mercado é heterogêneo e que há turistas com demandas divergentes. Isto contraria o mercado de massa e trabalha grupos de consumo específicos, fragmentando o mercado em diversos segmentos (Luciana D., 2019; Ricci, 2020).

A segmentação do mercado turístico permite que um destino se especialize num tipo de turismo, direccionando os seus serviços para as necessidades de um grupo específico e criando uma imagem sobre a prática de um determinado tipo de turismo (Luciana D., 2019; Ricci, 2020).

Na 22ª Sessão da Assembleia Geral, que ocorreu na China em setembro de 2017, foram adotadas algumas definições operativas utilizadas na cadeia de valor do turismo, assim como um conjunto de definições operativas de tipos de turismo, em resultado do trabalho do Comité de Turismo e Competitividade (CTC) (UNWTO, 2019).

Em abril de 2019 é publicado o manual *UNWTO Tourism Definitions*, com as definições previamente mencionadas. Este conjunto de definições tem o intuito de fornecer um entendimento comum aos membros da OMT e a todos os intervenientes no turismo, através de um quadro conceptual conciso (UNWTO, 2019). Neste manual encontram-se identificados e definidos os 14 tipos de turismo reconhecidos pela OMT, sendo estes:

- Turismo cultural;

- Ecoturismo;
- Turismo rural;
- Turismo de aventura;
- Turismo de saúde;
- Turismo de bem-estar;
- Turismo médico;
- Turismo de negócios;
- Turismo gastronómico;
- Turismo costeiro, marítimo e de águas interiores;
- Turismo urbano/de cidade;
- Turismo de montanha;
- Turismo educativo;
- Turismo desportivo.

2.1.1.1. Turismo cultural

O conceito de Turismo Cultural apresenta uma certa complexidade, uma vez que este tipo de atividade turística abrange o consumo de produtos culturais do passado e do presente, assim como o modo de vida de um povo. Isto justifica o enorme debate existente entre os estudiosos sobre a sua conceptualização, o que levou a que múltiplos académicos criassem a sua própria definição de Turismo Cultural ao longo dos anos (Marujo, 2015), como se pode comprovar na tabela seguinte.

Tabela 1: Definições de Turismo Cultural

Autores	Definição
Wood (1984)	“Os exemplos de situações onde o papel da cultura é contextual, onde a sua função é formar o turista numa situação geral e sem uma perspetiva particular de uma identidade cultural específica”.
Richards (1996)	“O modo como os turistas – aquelas pessoas que viajam fora dos seus locais de residência – consomem a cultura”.
McKercher e Cros (2002)	“O turismo cultural é definido como uma forma de turismo que se baseia nos bens culturais de um destino e os transforma em produtos que podem ser consumidos por turistas”.

**Marujo et al
(2013)**

“O turismo cultural caracteriza-se pela motivação do turista em conhecer e vivenciar lugares onde o seu alicerce está baseado na história de uma determinada sociedade”.

Fonte: Marujo (2015).

Em 2019, a OMT publicou uma definição de Turismo Cultural reconhecida pelos seus membros. Nesta aclara-se que “o *turismo cultural* é um tipo de atividade turística na qual a motivação essencial do visitante é aprender, descobrir, experimentar e consumir as atrações/produtos culturais, materiais e imateriais, de um destino turístico”³ (p.30). Estas atrações/produtos culturais são próprias de uma certa sociedade e referem-se a um conjunto de elementos materiais, como é o caso do património cultural e histórico, e das artes e da arquitetura. Porém, também se referem a um conjunto de elementos espirituais, emocionais e intelectuais, como as crenças e as tradições, os sistemas de valores, as formas de vida e as indústrias criativas, a literatura, a música e o património gastronómico (UNWTO, 2019).

Só nos finais de 1970, é que o Turismo Cultural começou a ser reconhecido como uma categoria de Turismo, quando se começou a perceber que alguns turistas viajavam com o propósito de conhecer a cultura de um determinado sítio. De facto, o turista acaba sempre por consumir algo com significado cultural, mesmo que a motivação da sua visita seja outra (Marujo, 2015).

Para os autores McKercher e Cros (2002), o Turismo Cultural era inicialmente considerado uma atividade dos turistas de elevado nível cultural e social. Apenas em 1990, com a fragmentação do mercado de massas, é que este tipo de turismo passou a ser considerado uma atividade das massas (como citado em Marujo, 2015). Por outro lado, Richards (2007) não só afirma que o aumento dos níveis de formação permitiu à população em geral um maior acesso à cultura, mas também defende que a globalização criou mais interesse nas culturas de outros povos e no património local (como citado em Marujo, 2015).

Para Richards (2013), o Turismo Cultural é um dos tipos de turismo mais importantes. Esta forma de turismo desempenha um papel crucial na reabilitação das identidades locais e

³ Traduzido por mim, do inglês para o português.

estimula os países e as regiões a protegerem as culturas das suas comunidades, contribuindo também para a sua difusão mundial (como citado em Marujo, 2015).

A nível nacional, de acordo com o Plano Estratégico Nacional do Turismo (PENT), o Turismo Cultural divide-se em dois tipos de produtos turísticos, nomeadamente, o *Touring* – Turismo Cultural e Religioso e o *City Break*⁴ (Araújo, 2016).

2.1.1.2. Ecoturismo

O *ecoturismo* é um tipo de atividade turística baseada na natureza, na qual a motivação principal do visitante é observar, aprender, descobrir, experimentar e apreciar a diversidade biológica e cultural, com uma atitude responsável, para proteger a integridade do ecossistema e fomentar o bem-estar da comunidade local⁵ (UNWTO, 2019, p. 32).

De um modo geral, este tipo de turismo incrementa a sensibilização, tanto da população local como dos turistas, para a conservação do meio ambiente e da biodiversidade (UNWTO, 2019).

Esta segmentação do turismo emergiu devido às preocupações ambientais crescentes nas últimas décadas, relativamente ao aquecimento global, às alterações climáticas e ao consumo excessivo de recursos naturais não renováveis. Nos últimos anos, o Ecoturismo tem apresentado um crescimento contínuo, com cada vez mais turistas a selecionarem o seu destino de férias com base em critérios ambientais e sociais, procurando práticas sustentáveis de turismo. Assume-se assim a comercialização do “eco” e da “natureza”, que se apresentam como bens de consumo (Cordeiro et al., 2015).

2.1.1.3. Turismo rural

O Turismo Rural é um tipo de atividade turística praticada fora de um meio urbano, ou seja, como o seu próprio nome indica, num meio rural. Estas áreas caracterizam-se pela sua baixa

⁴ “City Break”, de acordo com o dicionário *Collins*, significa “miniférias na cidade”.

⁵ Traduzido por mim, do inglês para o português.

densidade demográfica e pelas paisagens e terrenos dominados pela agricultura e silvicultura, onde geralmente se vive um modo de vida tradicional (UNWTO, 2019).

Neste tipo de turismo a experiência do turista “está relacionada com um amplo espectro de produtos geralmente relacionados com as atividades da natureza, a agricultura, as formas de vida e as culturas rurais, a pesca com cana e a visita a lugares de interesse”⁶ (UNWTO, 2019, p. 34).

2.1.1.4. Turismo de aventura

O *turismo de aventura* é um tipo de turismo que normalmente tem lugar em destinos com características geográficas e paisagens específicas e tende a associar-se com uma atividade física, o intercâmbio cultural, a interação e a proximidade com a natureza. Esta experiência pode implicar algum tipo de risco real ou aparente e pode exigir um esforço físico e/ou mental significativo⁷ (UNWTO, 2019, p. 36).

Embora algumas atividades se possam praticar em espaços fechados, este tipo de turismo normalmente inclui atividades ao ar livre e desportos radicais, como por exemplo, a escalada, o montanhismo, o alpinismo, o *bungee-jumping*, BTT, canoagem, *rafting*, mergulho, etc (UNWTO, 2019).

2.1.1.5. Turismo de saúde

De acordo com a definição fornecida pela OMT (2019), este tipo de turismo “tem como motivação principal a contribuição para a saúde física, mental e/ou espiritual, graças a atividades médicas e de bem-estar” (p.38). Estas atividades “incrementam a capacidade das pessoas de satisfazer as suas próprias necessidades e de funcionar melhor como indivíduos no seu ambiente e na sociedade”⁸ (p.38).

⁶ Traduzido por mim, do inglês para o português.

⁷ Traduzido por mim, do inglês para o português.

⁸ Traduzido por mim, do inglês para o português.

Uma vez que se baseia em atividades médicas e de bem-estar, o Turismo de Saúde está intimamente ligado aos dois tipos de turismo seguintes, o Turismo de Bem-estar e o Turismo Médico (UNWTO, 2019).

2.1.1.6. Turismo de bem-estar

O *turismo de bem-estar* é um tipo de atividade turística que inspira a melhorar e a equilibrar os campos principais da vida humana, entre eles o físico, o mental, o emocional, o ocupacional, o intelectual e o espiritual. A motivação principal do turista do bem-estar é participar em atividades preventivas, proativas e de melhoramento do estilo de vida, como a ginástica, a alimentação saudável, o relaxamento, o cuidado pessoal e os tratamentos curativos⁹ (UNWTO, 2019, p. 40).

2.1.1.7. Turismo médico

O *turismo médico* é um tipo de atividade turística, que implica a utilização de recursos e serviços de tratamentos médicos (tanto invasivos como não invasivos) com base empírica. Pode incluir o diagnóstico, o tratamento, a cura, a prevenção e a reabilitação¹⁰ (UNWTO, 2019, p. 40).

2.1.1.8. Turismo de negócios

A OMT (2019) define o Turismo de Negócios como “um tipo de atividade turística na qual os visitantes viajam por um motivo profissional (...), para um lugar situado fora do seu local de trabalho e residência” (p.42). Os componentes chave deste tipo de turismo “são as reuniões, as viagens de incentivo, os congressos e as férias”¹¹ (p.42).

⁹ Traduzido por mim, do inglês para o português.

¹⁰ Traduzido por mim, do inglês para o português.

¹¹ Traduzido por mim, do inglês para o português.

O Turismo de Negócios encontra-se assim relacionado com a indústria de reuniões, revelando a natureza industrial deste tipo de turismo. No entanto, esta segmentação do turismo pode ser praticada em simultâneo com qualquer uma das outras segmentações na mesma viagem (UNWTO, 2019).

2.1.1.9. Turismo gastronómico

No Turismo Gastronómico, o turista procura uma experiência “relacionada com a comida e com produtos e atividades associadas” (UNWTO, 2019, p. 44). Deste modo, “para além de experiências gastronómicas autênticas, tradicionais e/ou inovadoras, o turismo gastronómico pode também implicar outras atividades afins, tais como a visita a produtores locais, a participação em festivais gastronómicos e a presença em aulas de cozinha”¹² (UNWTO, 2019, p. 44).

O Enoturismo emerge como um subtipo do Turismo Gastronómico, uma vez que a comida é sempre acompanhada por uma bebida, como o vinho. O turista do Enoturismo pretende “visitar vinhas e adegas, fazer provas de degustação, consumir e/ou comprar vinho, frequentemente no lugar em que se produz ou nos arredores”¹³ (UNWTO, 2019, p. 44).

2.1.1.10. Turismo costeiro, marítimo e de águas interiores

Este tipo de turismo, como o seu nome indica, envolve todas as atividades relacionadas com a água, sendo que a única diferença entre os três é a localização, segundo as definições propostas pela OMT (2019).

O Turismo Costeiro tem base na costa e inclui atividades turísticas “como a natação, o surf, apanhar sol e outras atividades costeiras de lazer, diversão e desporto que ocorrem na margem de um mar, lago ou rio”¹⁴ (p.46). Abarca ainda os serviços e instalações que dão apoio a este tipo de turismo e se encontram perto da costa.

¹² Traduzido por mim, do inglês para o português.

¹³ Traduzido por mim, do inglês para o português.

¹⁴ Traduzido por mim, do inglês para o português.

Em contrapartida, o Turismo Marítimo abrange as “atividades que têm a sua base no mar, como os cruzeiros, a navegação em iates ou barcos e os desportos náuticos, e inclui os seus respetivos serviços e infraestruturas em terra”¹⁵ (p.46).

Por fim, o Turismo de Águas Interiores é similar aos anteriores, posto que se refere “a atividades turísticas como os cruzeiros, a navegação em iates ou barcos e os desportos náuticos que são praticados em ambientes com a influência da água” (p.46). Contudo, este envolve apenas as atividades situadas “dentro das fronteiras terrestres, e incluem lagos, rios, poças, ribeiras, águas subterrâneas, nascentes, rios subterrâneos e outros ambientes tradicionalmente categorizados como águas interiores”¹⁶ (p.46).

2.1.1.11. Turismo urbano/de cidade

Em oposição ao Turismo Rural, o Turismo de cidade é praticado num espaço urbano, que se caracteriza “por uma economia não agrícola baseada na administração, no fabrico, no comércio e nos serviços, e por serem pontos nodais de transporte” (UNWTO, 2019, p.48). Os turistas que procuram esta forma de turismo, encontram na cidade “um espetro amplo e heterogéneo de experiências e produtos culturais, arquitetónicos, tecnológicos, sociais e naturais para o tempo livre e para os negócios”¹⁷ (UNWTO, 2019, p. 48).

2.1.1.12. Turismo de montanha

O Turismo de Montanha “engloba um espetro amplo de atividades de lazer e desporto ao ar livre” (UNWTO, 2019, p. 50), praticadas como o próprio nome determina, “num espaço geográfico definido e delimitado, como são as colinas ou as montanhas, com características e atributos inerentes a uma determinada paisagem, topografia, clima, biodiversidade (fauna e flora) e comunidade local”¹⁸ (UNWTO, 2019, p. 50).

¹⁵ Traduzido por mim, do inglês para o português.

¹⁶ Traduzido por mim, do inglês para o português.

¹⁷ Traduzido por mim, do inglês para o português.

¹⁸ Traduzido por mim, do inglês para o português.

2.1.1.13. Turismo educativo

Para a OMT (2019), “o *turismo educativo* representa um espectro amplo de produtos e serviços relacionados com os estudos académicos, férias para melhorar habilidades, viagens escolares, entretenimento desportivo, cursos de desenvolvimento de carreira e cursos de línguas, entre outros” (p.52). Em suma, a OMT considera que o Turismo Educativo envolve “a participação e experiência do turista em atividades de aprendizagem, melhoramento pessoal, crescimento intelectual e aquisição de habilidades”¹⁹ (p.52).

2.1.1.14. Turismo desportivo

O Turismo Desportivo é o último tipo de turismo reconhecido pela OMT, no manual de *Definições de turismo da OMT* (2019). Este ramo do turismo refere-se “à experiência de viagem do turista que, ou observa como espectador, ou participa ativamente num evento desportivo que geralmente implica atividades comerciais e não comerciais de natureza competitiva”²⁰ (p.54).

2.1.2. Turismo em Portugal

Na sua monografia *O Turismo em Portugal: evolução e distribuição*, José Alberto Afonso Alexandre (2001) declara que Portugal não ficou à margem do desenvolvimento do fenómeno turístico, que se fazia sentir nos destinos turísticos internacionais (como citado em Charrua, 2011). De facto, no final do século XIX, quando começaram a surgir diversas agências de viagens, em Portugal foi criada a *Agência Abreu*, permanecendo ativa até à atualidade (Charrua, 2011).

No século XX, entre as décadas de 50 e 60, Portugal sofreu um aumento na entrada de turistas. Em conformidade, a preferência por litorais amenos provocou outro aumento na entrada de turistas internacionais, em finais dos anos 60, levando ao investimento de grandes quantias no setor do turismo. A prosperidade na procura do mercado turístico nacional, sofreu um decréscimo a partir da década de 70, causado pela crise económica internacional e pelas alterações políticas que o país atravessava (Charrua, 2011).

¹⁹ Traduzido por mim, do inglês para o português.

²⁰ Traduzido por mim, do inglês para o português.

A entrada de Portugal para a Comunidade Económica Europeia (CEE), em 1986, fez com que a década de 90 ficasse marcada por uma forte procura turística de cidadãos estrangeiros, devido ao benefício da livre circulação de pessoas entre os países membros (Alexandre, 2001, como citado em Charrua, 2011).

Atualmente, Portugal é considerado um dos 20 destinos turísticos mais visitados no mundo, segundo a OMT. O clima mediterrânico, a riqueza paisagística e o património histórico, cultural e natural são dos fatores mais atrativos do país. A faixa costeira é bastante valorizada, pelas magnificas praias e pela riqueza da fauna e flora da orla marítima (Charrua, 2011).

2.1.3. Braga como cidade turística

Situada no litoral norte de Portugal, a terceira maior cidade do país, ostenta uma enorme beleza e riqueza patrimonial. Esta antiga cidade, com bonitos jardins, parques e espaços de lazer, é conhecida pelas suas distintas igrejas de religiosidade tradicional e majestosas casas do século XVIII, que se apresentam como lugares de visita obrigatória (Câmara Municipal de Braga [CMB], s/d).

Sendo uma das cidades mais antigas do país, Braga é também uma cidade jovem, pela enorme quantidade de estudantes que possui (Visit Portugal, s/d). Tendo sido distinguida como *Capital Europeia da Juventude*, em 2012, e *Capital Ibero-americana da Juventude*, em 2016 (CMB, s/d).

Esta cidade vibrante alia a tradição à inovação, possibilitando uma viagem no tempo dentro da modernidade, pois para além de ser rica em espaços históricos, exhibe ainda uma arquitetura contemporânea de qualidade. Braga é uma cidade de grande riqueza cultural, possuindo um espírito jovem e empreendedor nas áreas da cultura, comércio, indústria e serviços (CMB, s/d).

2.1.3.1. Atratividade histórica

O legado romano é um dos fatores atrativos da cidade. Esta é rica em vestígios da época romana e é frequentemente apelidada de ‘Roma Portuguesa’, possuindo uma história riquíssima de mais de 2000 anos, que se reflete no esplendor dos seus monumentos, museus e igrejas (CMB, s/d).

Braga tem a sua origem no ano 16 a.C., na cidade romana *Bracara Augusta*, assim apelidada em honra do seu fundador, o imperador César Augusto, e com base no povo que ocupava o território onde esta foi implementada, os *Bracari*. Esta cidade romana fez parte de uma rede de cidades que cumpriam uma importante função na organização territorial da Hispânia romana, garantindo a eficácia da administração romana, a integração das populações indígenas e a exploração dos recursos (Martins et al., 2017, como citado em Ribeiro & Martins, 2018).

Bracara Augusta era constituída por um sistema de ruas regulares que se cruzavam perpendicularmente, com dois eixos viários principais, o *cardo maximus*, que corria no sentido Norte/Sul e o *decumanus maximus*, no sentido Este/Oeste. A cidade possuía também áreas residências e diversas estruturas de edifícios e espaços públicos, como as termas, um teatro, um anfiteatro e um *fórum*, que possuía um lugar central na parte mais alta da cidade (Martins, 2005; Martins et al., 2013; Morais, 2001, como citado em Ribeiro & Martins, 2018).

Desde a sua fundação, *Bracara Augusta* desempenhou um papel político fundamental, uma vez que foi sede administrativa do Império (Visit Portugal, s/d), e desempenhou funções de natureza financeira, judicial, militar e religiosa. É importante destacar também que, uma das principais vias romanas da Península Ibérica passava pela cidade (Ribeiro & Martins, 2018).

No final do século III, a cidade foi elevada a capital da nova província da Galécia, criada pelo imperador Diocleciano, sob ordens do mesmo (LEMOS, et al., 2007, como citado em Ribeiro & Martins, 2018). Esta província era detentora de um vasto território, que ia desde o norte do Douro até ao Cantábrio (CMB, s/d).

Após conquistas e reconquistas de vários povos, alguns reinos da Península Ibérica fundiram-se, outros foram desmembrados e novos emergiram (CMB, s/d; Porto Editora, s/d). Em consequência destas mudanças, *Bracara Augusta* perdeu o estatuto de capital da antiga província da Galécia e deixou de fazer parte da mesma.

Em 1096, durante a Reconquista Cristã da Península Ibérica aos muçulmanos, o rei D. Afonso VI de Leão doou o Condado Portucalense (no qual se inseria na época a cidade de Braga) ao Conde D. Henrique de Borgonha, pela ajuda na reconquista de territórios e como dote hereditário da sua filha D. Teresa de Leão, aquando do seu casamento com o Conde D. Henrique de Borgonha (Torres, 2021).

Os inícios do século XVI marcaram uma nova etapa no desenvolvimento urbano de Braga. A cidade romana que sofreu um decréscimo durante a Idade Medieval, atravessava agora um período bastante favorável, a nível cultural, político, económico e demográfico. Entre 1509 e 1534, tempo de governação do arcebispo D. Diogo de Sousa, Braga atravessa uma época de reformas urbanísticas protagonizadas pelo arcebispo, sustentadas pelo crescimento demográfico e económico que a cidade registava na época (Ribeiro & Martins, 2018).

D. Diogo de Sousa abriu novas ruas e praças, destacou os locais de uso público, criou infraestruturas de abastecimento de água, dotou a cidade não só de espaços e edifícios modernos, mas também de estruturas mais aparatosas de estilo renascentista (Ribeiro & Martins, 2012; Ribeiro & Melo, 2012, como citado em Ribeiro & Martins, 2018). As transformações registadas no século XVI, potenciaram o crescimento e modernização de Braga, dando lugar a uma cidade de maior escala que a cidade medieval, e que quase se assemelhava com a cidade romana.

Por sinal, as características arquitetónicas e tipológicas dos inícios da Idade Moderna, encontram-se ainda conservadas em alguns dos edifícios que integram a cidade atualmente (Ribeiro & Martins, 2018).

A partir do século XVIII, o barroco entra na arquitetura do cenário urbano de Braga através dos arquitetos bracarenses, André Soares (1720-1769) e Carlos Amarante (1748-1815). O barroco destaca-se como o período mais marcante no património de Braga, podendo ser apreciado atualmente em grandes obras de natureza eclesiástica e em obras de índole secular (Ribeiro & Martins, 2018).

Braga é a mais antiga cidade portuguesa e uma das cidades cristãs mais antigas do mundo (CMB, s/d). Nos dias de hoje, Braga continua a ser um dos principais centros religiosos do país e as suas festas de carácter religioso, atraem uma grande afluência de turistas nacionais e internacionais (Visit Portugal, s/d).

A ocupação contínua da cidade desde o período romano, medieval e moderno, até à atualidade, contribuiu para a presença das características urbanísticas inerentes aos diferentes períodos cronológicos (Ribeiro & Martins, 2018). Esta variedade de estilos pode ser apreciada pelo seu centro histórico, em igrejas, monumentos, casas e edifícios históricos (CMB, s/d).

2.1.3.2. Aumento da procura turística

A pandemia Covid-19 surgiu em 2019, na China, e rapidamente se espalhou pelo resto do mundo. A maioria dos países viram-se obrigados a fechar as suas fronteiras ou a restringir as entradas e saídas do país, como uma medida desesperada de tentar conter o vírus. Estas medidas e restrições implementadas pelos múltiplos países, afetaram diversos setores de elevada importância económica, como foi o caso do setor do turismo.

Com base nas declarações feitas por Altino Bessa, vereador do Ambiente, Energia e Desenvolvimento Rural, Turismo e Defesa do Consumidor da Câmara Municipal de Braga, em 2019 ao jornal da indústria do turismo, *Publituris*, Braga foi no primeiro semestre de 2019 (período pré-pandemia) “o segundo concelho português com maior quota de turistas nacionais” (Matos, 2019). No entanto, houve também um aumento “na procura de turistas provenientes dos Estados Unidos da América” (Matos, 2019) e de outros países estrangeiros, com destaque para Espanha, França, Itália, Brasil, Reino Unido, Bélgica e Holanda.

Em contrapartida, na reunião do Conselho Consultivo para o Desenvolvimento do Turismo de Braga, realizada no verão de 2021, o vereador Altino Bessa fez o balanço do ano de 2020, relativamente ao turismo na cidade de Braga. Nesta sessão, referiu-se uma descida abrupta de cerca de 77% no número de visitantes que recorrem ao Posto de Turismo, refletindo-se também na Restauração e Hotelaria. Destaca-se que em 2020, os turistas nacionais foram os que mais visitaram Braga, seguidos dos espanhóis e franceses (Município de Braga, 2021).

De igual modo, em 2020 a ocupação hoteleira, que nos anos anteriores à pandemia foi superior à média nacional, sofreu uma quebra 58,3 %, recuando para valores de 2010. Neste setor, destacaram-se também os visitantes portugueses, que se encarregaram da maior parte da ocupação hoteleira (Município de Braga, 2021). Estes dados podem ser justificados com as restrições impostas em período de pandemia para combater a Covid-19, que dificultavam as viagens internacionais, levando à descida radical do número de turistas estrangeiros.

Porém, no início de 2022 deu-se o levantamento das medidas preventivas contra a Covid-19, o que permitiu o retorno da normalidade, isto é, à vida pré-pandemia. Em consequência, no presente ano voltaram a ser celebradas as festas populares, como foi o caso da Semana Santa em Braga, o principal evento religioso da cidade, que é celebrado de 12 a 21 de abril.

Durante as comemorações da Semana Santa de 2022, em Braga, o Posto de Turismo registou um aumento de afluência de 22%, em comparação com o mesmo período em 2019, na pré-pandemia. Relativamente à nacionalidade, de acordo com os dados de atendimento do Posto de Turismo, os espanhóis foram os visitantes com maior presença, seguidos dos portugueses e dos franceses. A elevada quantidade de turistas espanhóis e franceses, coincide com as zonas em que esta festa foi promovida (Redacção, 2022).

Por fim, pode-se concluir que Braga encontrava-se num período de grande aumento turístico antes do surgimento da pandemia. Contudo, assim como o resto do país, sofreu uma enorme recessão no setor do turismo, em consequência das medidas implementadas para travar o alastramento do vírus. Todavia, com o regresso à normalidade, Braga revela uma procura turística em crescimento contínuo, muito devido às fortes apostas que a cidade tem feito no setor do turismo.

2.1.3.3. Distinções

Relativamente às distinções com que Braga foi premiada na área do turismo, destacam-se duas de elevada importância. Ambas distinções foram galardoadas pela European Best Destinations, uma organização europeia criada em 2019, com base em Bruxelas. Esta foi fundada com o objetivo de divulgar não só a qualidade dos destinos europeus, mas também o património e a diversidade dos países membros. Assim, a European Best Destinations promove a cultura e o turismo na Europa (Turismo de Portugal, 2019).

É importante sublinhar que Braga não foi a primeira cidade portuguesa nomeada e vencedora desta distinção. De facto, a capital portuguesa, Lisboa, foi a vencedora da primeira edição deste concurso, em 2010, tendo sido nomeada também em 2012, 2013, 2015 e 2018. A cidade “Invicta”, o Porto, foi a segunda cidade portuguesa a receber o primeiro lugar, o qual recebeu 3 vezes (2012, 2014 e 2017), sendo a cidade lusitana que mais vezes recebeu o título de “Melhor Destino Europeu”. Em 2014, foi a vez da Madeira de aparecer na lista de nomeados e em 2016 foi a vez dos Açores (Turismo de Portugal, 2019).

Braga aparece na lista de nomeados da competição anual em 2019. Apesar de não ter vencido a edição de 2019, Braga foi eleita o segundo “Melhor Destino Europeu 2019”, ficando logo atrás do vencedor, Budapeste (Santos, 2021). Nesta nomeação, a European Best Destinations (s/d) afirma que “a cidade oferece o melhor de Portugal numa atmosfera amigável e calorosa”.

No entanto, 2021 foi o ano em que o “coração do Minho” se destacou e foi eleita a vencedora do título de “Melhor Destino Europeu 2021”. Braga recebeu quase 110 mil votos, dos mais de 600 mil votos de quase 200 países que a competição recebeu. Mostrou ser o destino preferido dos turistas do Reino Unido e do Brasil e uma das principais escolhas dos americanos e franceses (Castilho, 2021). A European Best Destinations (s/d) destaca que “Braga é uma das cidades mais felizes da Europa e está entre as que têm melhor qualidade de vida no mundo”. Mas também descreve Braga como uma “cidade tradicional e moderna, Braga é dinâmica, brilhante, cultural, gastronómica, histórica”.

2.1.3.4. Tipos de turismo mais comuns

Segundo o *site* da Câmara Municipal de Braga, a cidade como destino turístico, destaca-se na procura de alguns setores específicos do turismo. A maior parte dos turistas que visitam Braga, escolhem a cidade com a intenção de praticar principalmente o Turismo Cultural e o Turismo Religioso. Porém, Braga é também muito procurada pelo Turismo Gastronómico e, conseqüentemente, o Enoturismo.

A Conferência Mundial de Roma define oficialmente o Turismo Religioso como:

Atividade que movimenta peregrinos em viagens pelos mistérios da fé ou da devoção a algum santo. Na prática, são viagens organizadas para locais sagrados, congressos e seminários ligados à evangelização, festas religiosas que são periodicamente, espetáculos e representações teatrais de cunho religioso (Sousa & Pinheiro, 2014, p. 3, como citado em Abreu, 2017).

Dado que Braga é uma das cidades cristãs mais antigas do mundo e é um dos principais centros religiosos do país, esta possui um vasto património religioso, sendo assim um dos destinos de eleição no setor do Turismo Religioso. As celebrações da Semana Santa e do São João, são o ponto alto no calendário litúrgico e turístico, atraindo milhares de visitantes nacionais e estrangeiros. Relativamente ao património edificado, o centro histórico da cidade é abundante em igrejas, à semelhança de Roma, com especial destaque para a Sé Catedral. Fora do centro de Braga, o Santuário do Bom Jesus, o Santuário do Sameiro, a Igreja da Falperra, o Mosteiro de

Tibães e a Capela de Montélios, são lugares de visita obrigatória, segundo os *websites* da Câmara Municipal de Braga e do Visit Portugal.

Estudos recentes (e.g., Santos, 2011; Sousa e Pinheiro, 2014) sugerem que o Turismo Religioso é um ramo do Turismo Cultural (como citado em Abreu, 2017), uma vez que a religião sempre fez parte da Humanidade e a partir dela surgiram formas de vida, sistemas de valores, crenças e tradições, que são considerados elementos culturais (Santos Solla, 2010, como citado em Abreu, 2017). Assim sendo, o Turismo Religioso apresenta duas disparidades comportamentais turísticas. Isto é, nesta forma de turismo, as pessoas podem visitar os locais religiosos e sagrados como uma devoção e peregrinação pessoal, ou podem procurar esses locais motivadas pelas suas características culturais, artísticas e turísticas (Silva, 2017, como citado em Abreu, 2017).

O Turismo Cultural é um setor do turismo bastante procurado em Braga, tendo em conta a riquíssima história da mais antiga cidade portuguesa. A longa história de Braga encontra-se refletida no seu património material e imaterial. No património físico distinguem-se as casas do século XVIII, os monumentos e igrejas de importância histórica e os vestígios da época romana. Por outro lado, no património imaterial sobressaem os costumes, as tradições e as festas do povo bracarense.

Assim como a história e a cultura, Braga também tem uma gastronomia rica e variada, que provém da tradição de várias gerações e das influências recebidas durante séculos de outros povos. Relativamente aos pratos, o bacalhau assume-se definitivamente como prato mais popular, existindo múltiplas formas de cozinhá-lo. Embora o 'Bacalhau à Braga' ou 'à Narcisa' seja o prato de destaque, existem outros pratos tradicionais bastante conhecidos, como é o caso das 'Papas de Sarrabulho' e do 'Arroz "Pica no Chão"'. Por outro lado, é na doçaria que os praticantes do Turismo Gastronómico são presenteados com uma maior originalidade e requinte, por causa da longa tradição conventual e popular dos doces bracarenses. Aqui destaca-se o 'Pudim Abade de Priscos', da autoria de um famoso clérigo de Braga (CMB, s/d).

Por último, o Enoturismo surge como um ramo do Turismo Gastronómico, onde o famoso vinho verde da região (branco ou tinto) casa na perfeição com qualquer um dos pratos mencionados anteriormente (CMB, s/d).

2.1.4. Turismo Cultural em Braga

Este setor do turismo permite que o visitante, não só ganhe conhecimentos sobre a cultura de um certo lugar, mas também obtenha valores humanos, como o respeito pelas culturas alheias e a valorização da identidade pessoal, através do conhecimento do património nacional (Kravets & Camargo, 2008, como citado em Abreu, 2017).

No município de Braga, o Turismo Cultural é um dos tipos de turismo mais procurados pelos que visitam a cidade. Assim, o Turismo Cultural desempenha um papel fundamental na mudança social da terceira maior cidade do país e é um importante motor económico da mesma (Ferreira et al., 2012, como citado em Abreu, 2017), uma vez que estimula o comércio, a indústria e os serviços.

O *website* da Câmara Municipal de Braga afirma que os turistas que percorrem a cidade, assistem a um programa turístico-cultural diversificado, através de um trajeto civilizacional desde a pré-história até à atualidade. A longa história e cultura da mais antiga cidade do país está visível nos seus monumentos, museus, igrejas e casas do século XVIII, mas também no artesanato, tradições, feiras e festas.

2.1.4.1. Património material

A página *web* da Câmara Municipal de Braga fornece uma lista completa do património cultural edificado, arqueológico e estatuário, assim como dos espaços culturais da cidade. Grande parte do património material cultural pode ser encontrado no centro histórico da cidade. No entanto, a este agrega-se o algum património de cariz religioso, que pela sua importância histórica e/ou arquitetónica, se enquadra também como um bem cultural.

Na tabela seguinte estão realçados alguns dos pontos turísticos de visita obrigatória pela sua importância histórica e/ou cultural.

Tabela 2 - Património Cultural

Figura 1 - Edifício da Arcada



Fonte: Tiago (s/d)

O Edifício da Arcada foi mandado construir pelo arcebispo D. Diogo de Sousa, no século XVI, mas só começou a ser construído em 1715, para fins comerciais, com o arcebispo D. Rodrigues de Moura Teles (Oliveira, 1982, Ribeiro, 2008, como citado em Abreu, 2017). Nesta situam-se dois cafés históricos, o Café Vianna, inaugurado em 1871, e o Café Astória, de 1928.

Figura 2 - Torre de Menagem



Fonte: CMB²¹

A Torre de Menagem é a única parte que resta do antigo Castelo medieval de Braga, que foi destruído em 1906 (Ribeiro, 2008, como citado em Abreu, 2017).

Figura 3 - Arco da Porta Nova



Fonte: Autoria própria

O Arco da Porta Nova foi construído no século XVI, a mando do arcebispo D. Diogo de Sousa, com o objetivo de ligar a atual rua D. Diogo de Sousa ao Campo das Hortas.

²¹ Torre de Menagem. (s/d). Câmara Municipal de Braga. <https://www.cm-braga.pt/pt/1201/conhecer/historia-e-patrimonio/patrimonio-cultural/patrimonio-edificado/item/item-1-612>

Figura 4 - Termas Romanas



Fonte: CMB²²

As Termas Romanas do Alto da Cidade foram descobertas em 1977. O primeiro projeto das termas data os inícios do século II e ao longo de três séculos, as termas públicas passaram por quatro fases construtivas. As termas possuíam espaços fechados, para banhos quentes e frios, e áreas ao ar livre para a prática de exercício físico (Martins, 2005, como citado em Abreu, 2017).

Figura 5 - Fonte do Ídolo



Fonte: CMB²³

A Fonte do Ídolo situa-se num local onde existiria um santuário indígena dedicado à deusa Nabia. Esta fonte romana foi esculpida por Celicus Fronto no século I d.C., e em 1910, foi classificada como Monumento Nacional (Martins, 2013, como citado em Abreu, 2017).

Figura 6 - Palácio do Raio



Fonte: CMB²⁴

O Palácio do Raio foi desenhado por André Soares em 1752, a pedido de João Duarte Faria. No final do século XIX, foi comprado pelo visconde Miguel José Raio, adquirindo assim o seu nome atual (Oliveira, 2011, como citado em Abreu, 2017).

²² Termas romanas de Maximinos. (s/d). *Câmara Municipal de Braga*. <https://www.cm-braga.pt/pt/1201/conhecer/historia-e-patrimonio/patrimonio-cultural/patrimonio-arqueologico/item/item-1-614>

²³ Fonte do Ídolo. (s/d). *Câmara Municipal de Braga*. <https://www.cm-braga.pt/pt/1201/conhecer/historia-e-patrimonio/museus/item/item-1-669>

²⁴ A fachada rocaille e escadaria do Palácio do Raio. (s/d). *Câmara Municipal de Braga*. <https://www.cm-braga.pt/pt/1201/conhecer/historia-e-patrimonio/patrimonio-cultural/patrimonio-edificado/item/item-1-616>

Figura 7 - Theatro Circo



Fonte: Cultura ao Minuto²⁵

O Theatro Circo foi construído entre 1911 e 1914, e não só é considerado um dos mais belos teatros de Portugal e da Europa, como também é uma referência no domínio das artes.

Figura 8 - Casa dos Crivos



Fonte: Tiago (s/d)

A Casa dos Crivos, construída entre os séculos XVII e XVIII, é a única casa em Braga a ter uma fachada coberta por gelsias. Esta característica é ótima para proteger do calor e faz com que os moradores possam ver para o exterior sem serem vistos.

Figura 9 - Sé de Braga

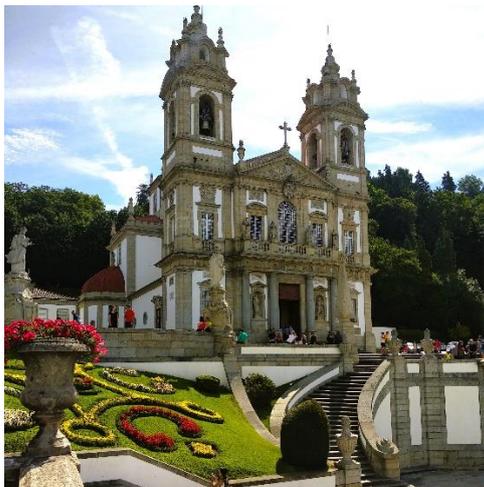


Fonte: Tiago (s/d)

A Sé de Braga é a mais antiga Catedral do país. Em 1089, foi consagrada Catedral de Santa Maria de Braga, com a inauguração do seu altar. Contudo, escavações arqueológicas na capela, tornaram evidente a ocupação do local desde tempos romanos, nomeadamente desde meados do século I/inícios do século II, até ao século XI (Ribeiro, 2008, como citado em Abreu, 2017). Nos inícios do século XVIII, a fachada da catedral perdeu o seu aspeto medieval e foi adaptada ao estilo Barroco (Vilela, 2015, como citado em Abreu, 2017).

²⁵ Lusa. (2016, janeiro 21). *Exposição retrata 100 anos do Theatro Circo de Braga*. Cultura ao Minuto. <https://www.noticiasaminuto.com/cultura/524503/exposicao-retrata-100-anos-do-theatro-circo-de-braga>

Figura 10 - Santuário do Bom Jesus



Fonte: Autoria própria

O Santuário do Bom Jesus do Monte é um ícone da cidade e é um dos Sacro-Montes mais antigos de toda a Europa. Em 2019, foi classificado Património Mundial da Humanidade pela UNESCO. A basílica foi construída entre 1784 e 1811, já as três partes do seu monumental escadório foram construídas em diferentes fases e possuem diferentes significados. O funicular (elevador) foi inaugurado em 1882, sendo o primeiro da Península Ibérica e o mais antigo do mundo em funcionamento.

Figura 11 - Santuário do Sameiro



Fonte: Tiago (s/d)

O Santuário de Nossa Senhora do Sameiro é um importante local de culto mariano. Este templo neoclássico começou a ser construído em 1863, mas só ficou concluído no século XX. Em 1964, o Papa Paulo VI elevou o santuário à categoria de basílica. Em redor do santuário existe um parque, jardins e uma capela. No cimo da igreja é possível desfrutar de uma vista de 360° sobre Braga e os seus arredores, que se estende até ao Oceano Atlântico, em dias de céu limpo.

Figura 12 - Mosteiro de Tibães



Fonte: Tiago (s/d)

O Mosteiro de São Martinho de Tibães é a mais antiga Catedral de Portugal, uma vez que foi fundada no século XI, porém, os edifícios atuais datam dos séculos XVII e XVIII. É também a Casa-Mãe dos beneditinos e foi durante muitos séculos um dos mosteiros mais ricos e influentes do Norte de Portugal. Entre 1833-1834, com a extinção das ordens religiosas em Portugal, o mosteiro foi encerrado e os seus bens foram vendidos. O mosteiro passou por um período de ruína e abandono, nos anos 70 do século XX, até que o estado português o comprou, em 1986, e o restaurou.

Fonte: Abreu, 2017; CMB, s/d; Tiago, s/d; Visit Portugal, s/d.

2.1.4.2. Museus

Por outro lado, os museus são também meios de difusão e preservação da cultura e história de um determinado local. A cidade de Braga usufrui de diversos museus culturais, que dão a conhecer a história da cidade, as tradições e a origem da identidade bracarense. A página *web* da Câmara Municipal de Braga possui uma lista destes museus, da qual os seguintes museus fazem parte.

Figura 13 - Museu dos Biscainhos



Fonte: Direção Regional de Cultura do Norte²⁶

O Museu dos Biscainhos está instalado num palácio barroco, do século XVII, que em 1978 foi convertido em museu. Os diversos espaços do palácio dão a conhecer a vida quotidiana da nobreza portuguesa, entre os séculos XVII e XIX.

Figura 14 - Museu D. Diogo de Sousa



Fonte: Direção Regional de Cultura do Norte²⁷

O Museu de Arqueologia D. Diogo de Sousa encontra-se num edifício contemporâneo e abriu ao público em 2007. As suas coleções representam várias épocas históricas da zona de Braga, como é o caso das coleções da Época do Paleolítico, da Idade do Bronze, da Idade do Ferro e também da Época Romana.

Figura 15 - Tesouro-Museu da Sé



Fonte: Sé Catedral de Braga²⁸

O Tesouro-Museu da Sé de Braga foi criado em 1930. Este está inserido na Catedral de Braga, na antiga casa do Cabido, uma construção do século XVIII. Aqui encontram-se expostas peças de arte sacra de inestimável valor, recolhidas ao longo de mil anos.

Figura 16 - Museu Nogueira da Silva



Fonte: CMB²⁹

O Museu Nogueira da Silva foi doado à Universidade do Minho em 1975, por António Nogueira da Silva, incluindo a casa, o jardim e as coleções. O edifício é da autoria do arquiteto Raul Rodrigues de Lima.

2.1.4.3. Celebrações

Relativamente às celebrações de base cultural na cidade de Braga, destacam-se principalmente a Braga Romana e a Noite Branca. Estes são grandes eventos de atração turística, visto que muitos visitantes nacionais e estrangeiros se dirigem a Braga para experienciar as suas festividades.

Tabela 4 - Celebrações Culturais

Figura 17 - Braga Romana



Fonte: CMB²⁶

Durante as celebrações da Braga Romana, realizada entre os dias 22 e 26 de maio, Braga volta a ser *Bracara Augusta*. Nesta altura reconstituem-se as atividades económico-sociais da época e só se comercializa o que existia naquele período. Encontram-se ainda personagens vestidas a rigor, cortejos, espetáculos e representações teatrais.

Figura 18 - Noite Branca



Fonte: Braga TV²⁷

A Noite Branca é uma celebração cultural importante, realizada no primeiro fim de semana de setembro. Durante 48 horas promove-se a cultura com concertos, eventos culturais, performances artísticas e a entrada gratuita em teatros e museus.

Fonte: G. Costa, 2019.

²⁶ Museu dos Biscainhos. (s/d). *Direção Regional de Cultura do Norte*. <https://culturanorte.gov.pt/patrimonio/museu-dos-biscainhos/>
²⁷ Museu de Arqueologia D. Diogo de Sousa. (s/d). *Direção Regional de Cultura do Norte*. <https://culturanorte.gov.pt/patrimonio/museu-de-arqueologia-d-diogo-de-sousa/>
²⁸ O Tesouro-Museu da Sé de Braga. (s/d). *Sé Catedral de Braga*. <https://se-braga.pt/>
²⁹ Museu Nogueira da Silva. (s/d). *Câmara Municipal de Braga*. <https://www.cm-braga.pt/pt/1201/conhecer/historia-e-patrimonio/museus/item/item-1-666>
³⁰ Braga Romana - Reviver Bracara Augusta. (2016, maio 25). *Câmara Municipal de Braga*. <https://www.cm-braga.pt/pt/1301/conhecer/etnografia-e-tradicao/festas-feiras-e-romarias/item/item-1-3302>
³¹ Redação. (2022, agosto 5). *Noite Branca de Braga 2022 tem novo site*. Braga TV. <https://bragatv.pt/noite-branca-de-braga-2022-tem-novo-site/>

2.1.5. Notas conclusivas

O Turismo, uma das maiores indústrias do mundo, caracteriza-se por ser um processo evolutivo. O setor do turismo divide-se em diversos ramos, de acordo com o que os viajantes procuram na sua deslocação a outro local, fora da sua habitual área de residência. Em 2019, a OMT publicou o manual de *Definições de turismo da OMT*, onde para além de identificar 14 tipos de turismo, também explica em que cada um consiste.

Em Portugal, o turismo é um dos setores que mais contribui para a economia do país. De acordo com a OMT, Portugal é um dos 20 destinos turísticos mais visitados no mundo, com especial procura pelo litoral, onde se encontram as maiores cidades e as magníficas praias.

Relativamente à cidade de Braga, esta possui uma história riquíssima de mais de 2000 anos e o seu legado romano é um dos fatores atrativos da cidade. Braga foi continuamente ocupada, desde o período romano, medieval e moderno, até à atualidade, o que contribuiu para a variedade de estilos presente nas características urbanísticas do seu património. A cidade é rica em vestígios da época romana, contudo, o Barroco destaca-se como o período mais marcante no património de Braga.

Apesar do decréscimo acentuado na procura turística, que sofreu durante o período de pandemia, nos últimos anos, o turismo nesta cidade tem apresentado um crescimento contínuo, devido aos investimentos da cidade no setor do turismo. De facto, em 2019, Braga foi considerada o segundo Melhor Destino Europeu e, em 2021, a cidade foi reconhecida como o Melhor Destino Europeu, pela European Best Destinations.

Tendo em conta que Braga é a mais antiga cidade portuguesa e uma das cidades cristãs mais antigas do mundo, os tipos de turismo mais procurados em Braga são, o Turismo Cultural e o Turismo Religioso. Contudo, o Turismo Religioso pode ser considerado um ramo do Turismo Cultural, uma vez que a religião faz parte da cultura de um povo.

O Turismo Cultural desempenha um papel fundamental na mudança social e é um importante motor económico de Braga. Os praticantes deste tipo de turismo que visitam a cidade, procuram conhecer a longa história de Braga e experienciar a sua cultura, através da visita ao seu património e museus, e participação em celebrações e eventos culturais.

2.2. Tradução Turística

A tradução turística resume-se à tradução de informação para fins turísticos. Deste modo, os organismos do setor do turismo (como os postos de turismo, hotéis, museus, agências de viagens, restaurantes, etc.) são geralmente os interessados neste tipo de traduções, quando pretendem alcançar um público internacional. Mais ainda, a tradução turística pode abranger não só páginas *web*, guias turísticos e blogues, mas também outros documentos elaborados pelas empresas do setor turístico, como é o caso de catálogos, cartazes comerciais, comunicados de imprensa, ofertas promocionais, entre outros (Ibanez, 2021).

O *marketing* internacional é fundamental para as empresas deste setor, o que faz com que a tradução seja uma etapa indispensável num mercado tão globalizado. A tradução permite chegar a um público multilingue, mas se for uma tradução de qualidade ajuda também a reforçar a legitimidade e notoriedade do organismo ou empresa. Assim sendo, para além de oferecer comunicação com os turistas na sua língua materna, a tradução turística beneficia a empresa no sentido de que permite expandir o mercado e capta a confiança do público (Ibanez, 2021; TecnoHotel Portugal, 2022).

A importância da tradução turística é confirmada num estudo realizado pela Comissão Europeia, no qual se apurou que 90% dos europeus visitam *sites* na sua língua materna. No mercado do turismo, é fundamental que a barreira linguística não seja um problema. Para tal, é importante que todo o conteúdo disponível esteja traduzido e não apenas o *site*. É também essencial que a tradução turística seja localizada, ou seja, que se adapte à língua e à cultura do público-alvo, e que seja realizada por tradutores profissionais nativos dessa cultura, pois existem estudos que comprovam que um *website* com erros de tradução passa pouca confiança aos navegadores (TecnoHotel Portugal, 2022).

2.2.1. Tipos de textos turísticos

Kelly (1998) define o texto turístico como “qualquer texto publicado por uma organização pública ou privada de qualquer tipo, destinado a) a informar qualquer visitante ou b) a promover

um local (cidade, hotel, restaurante, etc.) e a encorajar a visita”³² (p. 35, como citado em Penalver & Urbieto, 2019). Com base na definição proposta por Kelly (como citado em Penalver & Urbieto, 2019), é possível concluir que os textos turísticos têm como objetivo, informar ou persuadir e convencer os viajantes a visitar um certo local. Enquanto que qualquer adjetivo presente, pretende aliciar os turistas a visitar o local, a extensão do texto varia conforme a quantidade de informação a partilhar (Duarte, 2017).

A comunicação escrita no setor do turismo requer o uso de estruturas adequadas, que exibam as características singulares do produto turístico. O conhecimento dos diferentes tipos de textos turísticos, facilita a identificação dos diversos formatos existentes para cada texto (Travelbagsco., s/d).

No *website* da Travelbagsco. (s/d), encontram-se identificados os seguintes tipos de textos da área do turismo:

- **Textos turísticos informativos** – Apresentam informação sobre locais turísticos de forma ordenada, clara e precisa.
 - Guia turístico – Neste tipo de texto é feita uma descrição detalhada sobre um ou vários locais turísticos. Contém informação importante sobre o sítio, horários, preços, locais, contactos, etc.
 - Itinerário turístico – Inúmera uma série de percursos e locais que devem ser visitados.
 - Diário de viagem – Texto pessoal narrado na primeira pessoa, sobre a experiência da visita do autor.
 - Notícia turística – Texto breve e claro, que pretende transmitir informação verídica e interessante para o público, sobre algo relacionado com o turismo.
 - Parecer turístico – Texto expositivo e argumentativo, que inclui recomendações e sugestões.
- **Textos turísticos transacionais** (ou comerciais) – Têm o intuito de convencer a pessoa a adquirir um produto ou serviço turístico.

³² Traduzido por mim, do inglês para o português.

- Crítica sobre um produto ou serviço turístico – Descrição na primeira pessoa da percepção de um produto ou serviço turístico.
- Plano de viagem – Informação breve e específica, apresentada cronologicamente, sobre uma viagem.
- Descrição de um produto ou serviço turístico – Exposição das particularidades do produto ou serviço.
- **Textos turísticos académicos** – Textos do meio escolar, com o propósito de contribuir para o conhecimento e o ensino.
 - Artigo turístico – Transmite ideias pessoais sobre um tema de interesse turístico para o autor.
 - Texto turístico didático – É produto de uma investigação e tem como objetivo o ensino, através de conhecimentos do turismo.
- **Textos turísticos legislativos** – Regras do sistema jurídico relacionadas com o setor turístico (e.g. regras, leis e regulamentos).

Quanto aos tipos de textos turísticos mais comuns, frequentemente traduzidos, estes são por norma (TecnoHotel Portugal, 2022; Universo Traduções, 2022):

- Guias turísticos e de viagem;
- *Websites*/blogues/redes sociais;
- Material de *marketing*;
- Revistas e catálogos;
- Correspondências comerciais;
- Contratos;
- Correio;
- Folhetos;
- Aplicações.

2.2.2. Tradução cultural

“Uma Língua é, ao mesmo tempo, um fenómeno estrutural, cultural e individual (...). Deste modo, toda e qualquer tradução, (...) enfrenta o problema de traduzir a cultura, não podendo ser resumida a uma simples transcodificação de léxico e gramática” (Aubert, 1995, p.31).

A tradução é uma ferramenta que permite colocar povos em contacto, por isso, esta encontra-se em lugares onde há passagem de culturas. Contudo, Beatriz Sarlo (2002) lembra que "a tradução é, simultaneamente, comunicação e obstáculo, uma vez que as línguas [culturas] nunca se refletem umas nas outras como em um espelho" (p.50, como citado em Nercolini & Borges, 2006). Isto significa que, traduzir para um idioma pensamentos, conceitos e elementos culturais que não são próprios da língua de chegada, pode tornar-se num problema (Nercolini & Borges, 2006), uma vez que "as representações e os valores mediante as quais uma sociedade constrói a sua visão do mundo e a sua identidade residem essencialmente na linguagem" (Rocha, 1998, p. 466, como citado em Albergaria, 2019).

Desde sempre que diferentes povos enfrentam problemas de compreensão da língua. Rubel e Rosman (2003) defendem que no sentido mais lato da palavra, "tradução" significa entendimento intercultural (como citado em Albergaria, 2019). Destaca-se aqui a teoria da tradução cultural, que acredita que a tradução deve ser estudada como um fenómeno social e cultural (Pym, 2014, como citado em Albergaria, 2019).

No turismo, a tradução surge da necessidade de tornar tangível a cultura e dar a conhecer locais a turistas estrangeiros, implicando assim a tradução da cultura, de forma a que o visitante consiga entender a identidade do local. O entendimento da cultura de partida através da tradução, está dependente da forma como o tradutor espelha a cultura na língua de chegada. É necessário que o tradutor, como mediador cultural, seja fiel ao texto de partida, para mostrar as particularidades da cultura de partida, mas sem se esquecer do público-alvo e da sua realidade cultural (Albergaria, 2019). Portanto, na tradução cultural é necessário não só ter em consideração o contexto linguístico, como também o contexto cultural (Almela, 2013, como citado em Albergaria, 2019).

A autora Durán Muñoz (2012) afirma que as referências culturais são um problema de tradução presente nos textos turísticos, pois tentam fazer o turista entender as características únicas da cultura de partida, da diferenciação da mesma (como citado em Albergaria, 2019). Portanto, a autora declara que compete ao tradutor adotar as estratégias ou técnicas de tradução, que acredita que melhor possibilitem aos turistas entender as referências culturais presentes (Albergaria, 2019).

Quando se realiza uma tradução entre duas culturas muito distantes, a nível linguístico e cultural, podem surgir problemas de tradução que não apresentam uma tradução na língua de

chegada. A noção de “intraduzibilidade cultural” trata esta impossibilidade de traduzir, de uma língua para a outra, elementos culturais nos textos turísticos, seja um termo ou conceito. Nesta situação é frequente manter o termo da língua de partida, seguido de uma explicação na língua de chegada (Albergaria, 2019).

Quando a tradução não é realizada para a língua nativa do tradutor, podem gerar-se mal-entendidos e erros de tradução, devido à carência de conhecimento da cultura de chegada (Albergaria, 2019). Por exemplo, se um texto se refere ao Dia da Mãe, é importante ter em consideração na tradução, que a data de celebração pode variar de acordo com o país. Por isso, é essencial que a tradução seja localizada, isto é, que se adapte à língua e à cultura de chegada (TecnoHotel Portugal, 2022).

2.2.3. Importância da tradução profissional

A tradução turística é muito mais do que apenas uma adaptação linguística. Não basta conhecer a língua de partida e de chegada e o público-alvo, é também necessário possuir um profundo conhecimento cultural e social de cada região (Bujes, 2020).

Atualmente, existem motores de tradução automática que facilitam o acesso dos turistas ao idioma do país que estão a visitar. Porém, esta é apenas uma boa solução para situações simples. Uma vez que as traduções automáticas são realizadas por inteligência artificial, estes motores de tradução não são capazes de traduzir expressões idiomáticas, calão ou peculiaridades culturais, produzindo uma tradução imperfeita. Os erros possivelmente presentes nas traduções automáticas, podem causar transtornos e mal-entendidos (Bujes, 2020).

No setor do turismo, a tradução é obrigatória. De facto, uma boa tradução é essencial para atrair clientes, obter a sua confiança, fidelizá-los e produzir satisfação. Um texto que patenteie erros de tradução gera desconfiança no cliente, afetando a imagem da entidade de forma negativa. Assim sendo, é fundamental recorrer à tradução turística profissional e não a tradutores automáticos online gratuitos, para obter resultados de qualidade (Universo Traduções, 2022).

A tradução de um texto turístico deve ser realizada por um tradutor turístico profissional nativo. Ou seja, o tradutor deve traduzir exclusivamente para a sua língua materna e viver no país onde se fala a língua de chegada da tradução, de forma a dominar perfeitamente a competência linguística. Para além de usufruir de um vasto conhecimento dos países e locais abordados,

convém que o tradutor domine o tipo de texto que traduz (e.g. *websites*, roteiros, etc.) (Ibanez, 2021).

Recorrer a pessoas não qualificadas nativas para a execução de traduções, também não é uma boa solução, uma vez que estas não detêm as competências técnicas da tradução. Quanto maior for a profissionalização e especialização dos tradutores, mais qualidade tem a tradução (Bujes, 2020). Em suma, solicitar os serviços de tradução de um tradutor humano profissional qualificado, é a melhor forma de conseguir um texto de qualidade na língua pretendida.

2.2.4. Competências do Tradutor

Para ser capaz de realizar uma boa tradução, um tradutor precisa de possuir um conjunto de competências, referentes aos diversos níveis do processo de tradução. Neste campo destacam-se, a Norma ISO 17100 (2015) e a Norma EN 15038 (2006). Estas normas, que são aplicadas por empresas de tradução e tradutores profissionais, enumeram as competências que consideram essenciais num tradutor profissional.

A Norma ISO 17100 (2015) especifica os requerimentos, para todos os aspetos do processo de tradução que afetam a qualidade e a entrega dos serviços. Mais ainda, inclui informação sobre todas as etapas de uma encomenda de tradução, incluindo as competências essenciais do tradutor. Sendo estas: Competência Tradutora; Competência Linguística e Textual na língua de partida e na língua de chegada; Competência em pesquisa, aquisição de informação, e processamento; Competência cultural; Competência técnica; Competência de domínio.

É importante referir que, a Norma EN 15038 (2006) apresenta as mesmas competências que a Norma ISO 17100 (2015), à exceção da “Competência de domínio”, a qual não possui. Assim como a anterior, esta norma oferece mais do que competências, ela estabelece e define os requisitos para a prestação de serviços de tradução de qualidade. Engloba também o processo de tradução e todos os passos envolvidos na prestação e gestão desse serviço. Entre muitas coisas, oferece ainda uma definição e descrição do processo.

2.2.5. Notas conclusivas

A tradução turística refere-se à tradução de informação para fins turísticos. Este tipo de tradução é fundamental para os organismos do setor do turismo, que pretendem chegar a um público internacional.

Os textos da área do turismo podem ser informativos, transacionais, académicos ou legislativos. Porém, os textos turísticos mais requisitados para tradução e que geralmente são vistos pelos turistas, são do tipo informativo e transacional, destacando-se os guias turísticos, os folhetos, os *sites* turísticos, o material de *marketing* e as correspondências comerciais.

A tradução cultural está consequentemente presente na tradução turística, uma vez que a tradução na área do turismo surge da necessidade de dar a conhecer a cultura própria de um local a turistas estrangeiros. O tradutor possui aqui o papel de mediador cultural, visto que tem de ser capaz de transmitir a cultura de partida, ao mesmo tempo que faz a localização do texto, ou seja, que adapta o texto ao público-alvo e à cultura de chegada. Este processo pode causar diversos problemas de tradução, pelo que compete ao tradutor adotar as estratégias ou técnicas de tradução necessárias.

Salienta-se assim a importância da tradução profissional na área do turismo. É fundamental que a tradução de textos turísticos seja realizada por um tradutor turístico profissional e nativo da língua de chegada, de forma a obter traduções de qualidade. Os erros de tradução frequentemente causados por tradutores automáticos e tradutores não especializados, afetam negativamente a imagem do organismo turístico. Enquanto que uma boa tradução atrai clientes e gera confiança.

Concluindo, segundo as Normas ISO 17100 e EN 15038, para realizar uma boa tradução o tradutor profissional tem de possuir um conjunto de competências indispensáveis, a nível do conhecimento técnico, da língua e da cultura, tanto na de partida como na de chegada.

2.3. Comunicação turística

A comunicação é um processo de transferência de informação entre duas partes, o emissor, a pessoa que partilha a informação, e o recetor, a pessoa que recebe a informação. No

turismo, os autores Boyer e Viallon (1994), afirmam que todos os envolvidos são, ao mesmo tempo, emissores e recetores, uma vez que o próprio turista também partilha informação, ao enviar fotos e descrições para outras pessoas, por exemplo (como citado em Marujo, 2012).

Os estudos sobre a comunicação turística, que ainda são relativamente escassos, iniciaram-se na década de 90 com os turismólogos franceses Marc Boyer e Philippe Viallon. Com o seu trabalho intitulado *Communication Touristique* (1994), correlacionaram pela primeira vez as ciências da comunicação com o turismo (como citado em Wichels, 2014).

“A comunicação turística abarca toda a comunicação que se materializa em diferentes lugares do ser e fazer turístico, ou seja, compreende a comunicação formal, mas também os processos informais” (Baldissera, 2010, p.12, como citado em Marujo, 2012). A comunicação tem um papel fundamental na divulgação de destinos turísticos, visto que é através desta, e nas suas diferentes fontes, que os turistas procuram informação sobre os sítios, permitindo-lhes conhecer os locais, as suas singularidades e identidade cultural (Marujo, 2012).

“Estamos na era da mundialização e a proliferação dos destinos turísticos, cada vez mais competitivos, faz com que a função da comunicação seja indispensável” (Arino, 1999, p.6, como citado em Marujo, 2012). A comunicação pode ser o fator determinante na escolha de um destino, pois chama a atenção e desperta o desejo de conhecer um lugar. Mais ainda, é a comunicação que faz a ligação entre a oferta e a procura, ou seja, entre os turistas e os anfitriões.

O turismo é um “fenómeno comunicacional” (Wainberg, 2003, p.75, como citado em Marujo, 2012), no qual a comunicação detém vários papéis. Um deles está associado ao aspeto social, pois a comunicação no turismo também permite o diálogo entre seres humanos de diferentes culturas, e não está circunscrita apenas à aplicação das técnicas de comunicação na divulgação de um destino ou produto turístico. Logo, “o processo do turismo simplesmente não pode ser realizado sem uma troca de comunicação global” (Klancnik, 2006, p.62, como citado em Marujo, 2012).

A comunicação de um destino é feita através de diversas formas e meios. “A forma como a imagem de um lugar é veiculada pelos meios de comunicação pode ser fundamental para o processo de decisão do turista na visita a um país ou região” (Marujo e Cravidão, 2012, p.282, como citado em Wichels, 2014). Isto demonstra que os meios de comunicação exercem uma

grande influência na opinião pública, podendo prejudicar ou favorecer um local turístico (Marujo, 2008, como citado em Marujo, 2012).

Os meios de comunicação desempenham um papel fundamental na distribuição de informações (Marujo, 2012). Quando bem utilizados, estes são um dos meios mais eficazes para promover e construir a imagem de um lugar (Wichels, 2014). Para Ruschmann (2001), uma comunicação eficaz, no turismo, é aquela em que o emissor conhece os gostos e preferências dos turistas (recetores), e consegue influenciá-los a visitar o destino (como citado em Marujo, 2012).

A *internet* provocou uma revolução, não só nas formas de promoção, comercialização e consumo dos destinos e organizações turísticas, mas também nas formas como os clientes e os serviços se comunicam e relacionam (Wichels, 2014). Tendo em conta que o turismo se alimenta da informação, a *internet* passou a ser uma ferramenta importante, pois é um dos meios de comunicação mais eficazes para o intercâmbio de informação a nível mundial (Marujo, 2012).

As plataformas *online*, como as redes sociais e *websites* turísticos, destacam-se na comunicação e divulgação de um destino, pois permitem que o consumidor consiga recolher informação e consultar opiniões de outras pessoas sobre um determinado produto ou serviço (Wichels, 2014). A informação disponível influenciará a decisão dos turistas de visitar um local ou consumir um produto ou serviço turístico.

2.3.1. Tipos de comunicação

Existem várias formas de comunicar informação, cada uma é praticada desde o início da história da humanidade e desempenha um papel importante na partilha de informação. A comunicação pode ser verbal e não verbal, ou seja, a linguagem corporal, visual e até o tom de voz, também transmitem informação e contribuem para uma boa comunicação verbal (Equipe CuboUP, s/d).

Distinguem-se alguns tipos de comunicação utilizados diariamente e a nível profissional, que também se aplicam na área do turismo. Nomeadamente:

- **Comunicação verbal** – É um dos tipos de comunicação mais comuns e é usada para transferir informações através da fala ou língua gestual. Este tipo de comunicação é importante, porque é eficiente na transmissão de conhecimento (Equipe CuboUP, s/d).

Esta forma de comunicação é característica do atendimento ao público ou da comunicação com os nativos.

- **Comunicação não verbal** – Esta refere-se à linguagem corporal, às expressões faciais e aos gestos, que também funcionam como um meio de comunicação. Este tipo de comunicação é, normalmente, combinada de forma involuntária com a comunicação verbal e é útil para tentar compreender os sentimentos ou pensamentos do interlocutor (Equipe editorial do Indeed, 2022; Equipe CuboUP, s/d). Em contexto profissional, principalmente em atendimento ao público, existe um cuidado acrescido com este tipo de comunicação, uma vez que esta pode ter uma influência positiva ou negativa no cliente.
- **Comunicação escrita** – Trata a transmissão de informação através de textos escritos, com letras, números ou símbolos (Equipe CuboUP, s/d). A informação escrita pode ser encontrada em formato físico ou digital (Equipe editorial do Indeed, 2022), como em folhetos, blogues e *websites*.
- **Comunicação visual** – Este tipo de comunicação envolve o uso de fotografias, arte, tabelas ou gráficos para transmitir informações. Os recursos visuais podem ser utilizados para auxiliar a comunicação verbal ou escrita (Equipe CuboUP, s/d).

2.3.2. Atendimento ao público

A comunicação é fundamental em qualquer atividade profissional, quer seja com os clientes ou colegas de trabalho (Equipe editorial do Indeed, 2022). Todavia, no setor do turismo, saber comunicar no atendimento ao público é extremamente importante, dado que este está na base do crescimento da indústria turística. Apesar das tarefas do atendimento ao público variarem conforme o tipo de empresa ou organização, é fundamental que este seja sempre um serviço de qualidade, dado que este afeta a imagem e o crescimento do organismo turístico (Pereira et al., 2013).

Atualmente o cliente é extremamente exigente, devido à enorme variedade de oferta de que usufrui. Portanto, se o turista não for bem recebido ou o atendimento tenha ficado aquém das suas expectativas, este procura outra empresa ou pode deixar uma crítica desfavorável que influenciará a decisão de possíveis clientes. Pelo que é importante que, não só os responsáveis pelo atendimento ao público, como também os restantes colaboradores, tenham a noção do impacto da comunicação e do comportamento (Pereira et al., 2013).

Um atendimento ao público de qualidade permite atrair e fidelizar mais clientes e reter os que já foram fidelizados, para além de contribuir para a imagem da organização no mercado. Ao oferecer um bom atendimento, também é possível reduzir custos nas empresas turísticas, visto que adquirir novos clientes é mais caro do que manter os que já são fiéis (Redator Rock Content, 2022).

Quando se trata de partilhar informações são necessárias habilidades de comunicação, para que a mensagem seja transmitida adequadamente e de forma eficaz (Equipe editorial do Indeed, 2022). Mais ainda, no turismo o atendimento ao público envolve comunicação em diversas línguas com turistas de diferentes culturas. Isto realça a relevância de contratar funcionários especializados, para oferecer um atendimento de qualidade e superar as expectativas.

No atendimento ao público, a primeira impressão é decisiva, por isso é necessário criar um impacto positivo antes de iniciar a conversa, com uma boa apresentação pessoal. Uma postura assertiva, profissional, recetiva e simpática, ao invés de andar com as mãos nos bolsos, mostrar indiferença, aborrecimento, fazer contacto físico e não respeitar o espaço pessoal (Pereira et al., 2013), fazem toda a diferença na comunicação com o turista.

Saber valorizar o cliente, ouvi-lo e entender quais são as suas demandas, são fatores determinantes num bom atendimento ao público (Redator Rock Content, 2022). Contudo, também se deve refletir na importância do olhar, do sorriso, dos gestos e do vestuário, pois são elementos não verbais da comunicação que influenciam a transmissão de uma mensagem (Pereira et al., 2013).

As pessoas dão valor a um atendimento humanizado, em que o profissional mostra empatia, olha o visitante nos olhos e exprima simpatia através do sorriso. Para além de mostrar disponibilidade, ser bem-educado e cortês, é ainda necessário ter cuidado com o tom e ritmo da voz durante a comunicação (Pereira et al., 2013; Redator Rock Content, 2022).

2.3.3. Comunicação multilingue

A comunicação multilingue pode ser entendida como “the use of several languages for the common purpose of participants; multilingual individuals who use language(s) to realize these purposes; the different language systems which interact for these purposes; multilingual

communication structures, whose purposes make individuals use several languages” (House & Rehbein, 2004, p. 1, como citado em B. C. S. Costa, 2019).

Segundo a Comissão Europeia, o multilinguismo refere-se não só à coexistência de comunidades linguísticas diferentes numa mesma área geográfica, mas também à capacidade de uma pessoa utilizar várias línguas. Posto que a língua é a chave da comunicação, o conhecimento de várias línguas facilita a comunicação entre cidadãos de várias nacionalidades, mas também promove a tolerância e o respeito pela diversidade cultural e linguística (Martins, 2013).

Com a globalização, a comunicação multilingue passou a ser uma competência imprescindível no comércio global, pois facilita as trocas internacionais e a interação com clientes e fornecedores de outros países. Assim, as línguas permitem chegar a outros países e culturas, alargando os horizontes (Martins, 2013). O conhecimento de várias línguas leva ao conhecimento de diferentes culturas e conseqüentemente à compreensão mútua.

Na área do turismo, uma indústria caracterizada pelo contacto com outras culturas, existe a necessidade de comunicar com turistas falantes de variadas línguas estrangeiras, daí que a comunicação multilingue seja uma competência fundamental para os profissionais deste setor. O uso de línguas estrangeiras é também um instrumento benéfico para a competitividade económica, de acordo com Brannen, Piekkari & Tietze (2014), uma vez que a linguagem está no centro de atividade do negócio internacional (como citado em B. C. S. Costa, 2019). Assim sendo, é importante apostar em pessoal especializado em comunicação multilingue, como os tradutores, por exemplo, de forma a que tenha conhecimentos linguísticos e culturais, para internacionalizar a empresa e aumentar a sua competitividade (B. C. S. Costa, 2019).

2.3.4. Linguagem no turismo

Por vezes é difícil definir a linguagem da área do turismo como especializada, uma vez que grande parte do vocabulário aplicado nos textos de cariz turístico, é também utilizado no quotidiano, ou seja, é vocabulário da linguagem comum (Duarte, 2017). Nesta situação, Zsuzsanna Mekis (2008) aponta que o contexto é fator determinante, para definir se certa palavra pertence ao vocabulário comum ou especializado. Por exemplo, se a palavra “férias” for utilizada numa conversa entre amigos, esta pertence à linguagem comum, mas se for aplicada por especialistas na área do turismo, já se encontra no domínio da linguagem de especialidade de turismo (Mekis, 2008, como citado em Rosenberger, 2013).

Ao contrário de outras línguas de especialidade, no turismo, dependendo das atividades e lugares visitados, em certos textos turísticos é possível encontrar termos de várias áreas temáticas, como a história, a arte, a geografia, a cultura, a arquitetura, a gastronomia, a arqueologia, entre outras (Silva, 2017). Desta forma, a linguagem do turismo é constituída pela “soma das linguagens específicas utilizadas no turismo, e/ou na comunicação dependente do turismo” (Mekis, 2008, p. 74, como citado em Rosenberger, 2013). Contudo, em comparação com outras linguagens de especialidade, a linguagem do turismo deverá associar-se ao domínio da língua geral, visto que esta se tem de adaptar ao público em geral, já que este é o cliente (Silva, 2017).

Calvi (2005) considera a linguagem do turismo muito complexa. Segundo a autora, a linguagem do turismo caracteriza-se pelo uso de siglas internacionais, abreviaturas e anglicismos (como citado em Silva, 2017). Calvi (2001) declara que, o léxico turístico é constituído de internacionalismos, grande parte de origem anglo-saxónica, devido à dimensão internacional do turismo, mas também é composto por vocabulário cultural, pela sua conexão aos aspetos culturais de um local (como citado em Silva, 2017). A autora identifica então três níveis de especialização do léxico relativo ao turismo:

- Termos técnicos relativos aos serviços e aos aspetos profissionais, os anglicismos e as siglas;
- Linguagem especializada de outras áreas, aplicada em contexto turístico;
- Vocabulário comum que, apenas pertence à linguagem especializada do turismo quando é aplicado em contexto turístico (Calvi, 2005, como citado em Silva, 2017).

Nos textos turísticos, a linguagem é geralmente informal, de fácil compreensão e adjetivada. Os adjetivos aplicados pretendem atrair o turista ao local em questão (Duarte, 2017). De acordo com Nobs (1996), a língua nos textos turísticos tem duas funções fundamentais, a função informativa e a função apelativa, sendo que a predominância de uma depende do tipo de texto turístico. Isto porque a função informativa, educa o turista sobre a história, a geografia, entre outros, enquanto que a função apelativa, tem uma estratégia emocional (como citado em Penalver & Urbietta, 2019).

2.3.5. Notas conclusivas

A comunicação turística envolve toda a forma de comunicação no setor do turismo, tendo um papel fundamental na divulgação de destinos turísticos, pois é através desta que os turistas

conseguem conhecer um local. Os meios de comunicação, especificamente, exercem uma grande influência na opinião pública, podendo prejudicar ou favorecer um local turístico. Destes meios destaca-se a *internet*, que provocou uma revolução nas formas de promoção, comercialização e consumo dos produtos turísticos.

A informação pode ser comunicada de várias formas, distinguindo a comunicação verbal, não verbal, escrita e visual, sendo que estas são frequentemente combinadas e complementam-se. As várias formas de comunicação são aplicadas na comunicação do turismo, mas a comunicação verbal e não verbal, são principalmente importantes no atendimento ao público. Isto é, os profissionais precisam de aliar a comunicação verbal e não verbal para um bom atendimento, pois os elementos não verbais da comunicação influenciam muito a transmissão de uma mensagem. Assim, ao misturar a fala com o olhar, o sorriso, os gestos e o vestuário, é possível transmitir profissionalismo, simpatia e humanidade.

O turismo é uma indústria caracterizada pelo contacto com outras culturas, pelo que é fundamental que os profissionais deste setor possuam os conhecimentos linguísticos e culturais necessários, para conseguirem comunicar corretamente com os turistas em diferentes línguas. A comunicação multilingue permite ainda que a informação chegue a outros países e culturas, facilitando o comércio internacional.

A linguagem aplicada no turismo envolve vocabulário comum e, dependendo do assunto, é possível encontrar termos de várias áreas temáticas. Deste modo, a linguagem turística deverá associar-se ao domínio da língua geral, visto que tem de estar adaptada ao seu público-alvo, a população em geral. A linguagem turística caracteriza-se por ser geralmente informal, de fácil compreensão e adjetivada, tendo como objetivo informar e atrair o turista.

Concluindo, uma boa comunicação afeta positivamente a imagem do organismo turístico, para além de atrair mais clientes e contribuir para a sua fidelização. Ao fazer uso da comunicação multilingue nos diversos meios de comunicação e atendimento ao público, é possível chegar a um público internacional mais amplo e comunicar com ele na sua língua materna.

3. ESTÁGIO CURRICULAR

Este capítulo foca-se na parte prática do estágio curricular no Museu dos Biscainhos. Neste ponto são abordados o local de estágio e a metodologia de trabalho, e analisados os projetos de tradução realizados e as visitas por mim efetuadas. Por fim, encontram-se tratadas as atividades que realizei durante a minha passagem pelo museu.

3.1. Apresentação do local de estágio

A Casa dos Biscainhos situa-se na Rua dos Biscainhos. Localizada fora do circuito das muralhas medievais da cidade de Braga, esta rua faz a ligação entre o campo da Vinha e o das Hortas, duas áreas urbanas importantes. A denominação da rua deve-se ao facto de que no século XVI, encontravam-se nela instalados alguns artífices vindos da Biscaia, a ordem do Arcebispo D. Diogo de Sousa, para as obras de valorização da cidade. Presume-se que, aquando da sua construção, a Casa tenha adotado o nome da rua, por ser o edifício mais importante que ali se encontrava (d'Eça, 2004).

Figura 19 - Casa dos Biscainhos vista da rua



Fonte: Museu dos Biscainhos³³

Figura 20 - Casa dos Biscainhos vista do jardim



Fonte: Museu dos Biscainhos³⁴

A Casa foi construída no século XVII, com o procurador Constantino Ribeiro do Lago, casado com a proprietária da Casa, D. Maria de Sousa e Silva, em 1655. No entanto, o aspeto atual deve-se a obras de requalificação e ampliação, realizadas entre finais do século XVII e meados do século XVIII, pelo terceiro filho do casal, D. Francisco Pereira da Silva, Deão do Cabido

³³ Breve História. (s/d). *Museu dos Biscainhos*. <https://museudosbiscainhos.gov.pt/museu/palacio/>

³⁴ Breve História. (s/d). *Museu dos Biscainhos*. <https://museudosbiscainhos.gov.pt/museu/palacio/>

da Sé. Em 1712, o Deão celebrou um contrato com um dos artífices mais qualificados em Braga, Manuel Fernandes da Silva, para o engrandecimento do imóvel (d'Eça, 2004).

Através das obras de ampliação, as casas do Deão na Rua dos Biscaínhos foram unificadas, passando a formar um palácio com a atual fachada em “L”. Mais ainda, a ala do palácio voltada para a Rua dos Biscaínhos, recebeu mais um piso, o Jardim foi estruturado e o Salão Nobre foi adicionado ao edifício. Todas as alterações feitas no palácio, remetem ao gosto da arquitetura Barroca do século XVIII (d'Eça, 2004).

Naquela época, o Palácio dos Biscaínhos (imóvel e jardins) apresentava-se como uma das mais importantes casas senhoriais bracarenses, representando o poder do Deão do Cabido, que era a segunda personalidade mais relevante na hierarquia religiosa bracarense (d'Eça, 2004).

O Palácio dos Biscaínhos pertenceu sempre à mesma família e é um testemunho importante do Barroco, pois foi construído e ampliado ao longo dos séculos XVII e XVIII, tempos áureos do Barroco. Contudo, este imóvel recebeu beneficiações até à primeira metade do século XIX, estendendo este património historicamente do Barroco até Neoclassicismo e Império (d'Eça, 2004).

Em 1949, esta casa setecentista é classificada de Interesse Público, pelo Decreto-lei nº37.366. Depois de ter passado de geração em geração, em 1963, na véspera da sua morte, D. Gaspar Lobo Machado do Amaral Cardoso Menezes, 3º Visconde de Paço de Nespereira, vende o Palácio dos Biscaínhos ao Estado Português para a criação de um museu. Após obras de recuperação, o Museu dos Biscaínhos abriu ao público a 11 de fevereiro de 1978, 15 anos depois de ser adquirido pelo Estado e 24 anos depois da Junta da Província do Minho ter apresentado a proposta para a criação do museu (d'Eça, 2004).

Na década de 1980, o Museu dos Biscaínhos “assumiu como programa científico-museológico a investigação e a divulgação do quotidiano do Antigo Regime, época marcante para a História de Portugal” (d'Eça, 2004, p.6). Desse modo, como mencionado no ponto 2.1.4.2., o atual conteúdo temático do museu, permite uma visão continuada e sintetizadora da cultura dos séculos XVII a princípios de XIX, focando na privacidade doméstica de uma Casa Senhorial.

Com base na informação presente na página *web* do Museu dos Biscaínhos, os visitantes do museu realizam um percurso que possibilita a visita a 11 espaços da casa, nomeadamente:

- Átrio e Escadaria;
- Sala de Entrada;
- Salão Nobre;
- Oratório;
- Sala do Estrado;
- Salão de Música e de Jogo;
- Gabinete;
- Sala de Jantar;
- Claustro/Pátio;
- Cavalariça;
- Cozinha.

Os espaços previamente mencionados, encontram-se divididos entre os dois pisos do palácio da seguinte forma:

- **Andar de Serventia/Térreo**

Figura 21 - Átrio



Fonte: Autoria própria

Figura 22 - Escadaria



Fonte: Autoria própria

Figura 23 - Cavalariça



Fonte: Autoria própria

Figura 24 - Cozinha à direita



Fonte: Autoria própria

Figura 25 - Cozinha à esquerda



Fonte: Autoria própria

▪ Andar Nobre

Figura 26 - Sala de Entrada



Fonte: Autoria própria

Figura 27 - Salão Nobre



Fonte: Autoria própria

Figura 28 - Oratório



Fonte: Autoria própria

Figura 29 - Sala do Estrado



Fonte: Autoria própria

Figura 30 - Salão de Música e de Jogo



Fonte: Autoria própria

Figura 31 - Gabinete



Fonte: Autoria própria

Figura 32 - Sala de Jantar



Fonte: Autoria própria

Figura 33 - Claustro/Pátio



Fonte: Autoria própria

Quem visita o Museu dos Biscainhos pode explorar também os jardins do palácio, de forma gratuita. Os jardins remontam ao século XVIII, sendo que o estilo predominante é o Barroco, com elementos do Rococó. A área verde divide-se em três zonas distintas: o Terreiro; o Jardim Formal; o Pomar e a Horta (d'Eça, 2004).

Figura 34 - Terreiro



Fonte: Autoria própria

Figura 35 - Jardim Formal



Fonte: Autoria própria

Figura 36 - Pomar e Horta



Fonte: Autoria própria

3.2. Metodologia de trabalho

Com base na troca de e-mails com o Dr. Filipe Ferreira, Coordenador dos Serviços Educativo e Mediação Cultural do museu, que ocorreram depois de ter sido aceite a proposta de estágio, ficou acordado que o estágio curricular no Museu dos Biscainhos se iniciaria a 14 de

fevereiro de 2022 e terminaria a 14 de maio de 2022, somando um total de 3 meses. Contudo, a pedido da Dra. Fátima Marques, dos Serviços Administrativos do museu, retardei a data de término do estágio para o dia 15 de maio de 2022, uma vez que o dia 14 e 15 de maio corresponderam ao fim de semana, que por regra são os dias com maior afluência de visitantes. Como forma de compensação, recebi uma folga extra na última semana de estágio.

O Museu dos Biscainhos encontra-se aberto ao público de terça-feira a domingo, encerrando todas as segundas-feiras. No entanto, apesar de encerrar ao público às segundas-feiras, todos os funcionários, exceto os de atendimento ao público e guias, têm de se apresentar ao trabalho, incluindo os estagiários. Assim sendo, antes de iniciar o estágio, ficou definido que iria trabalhar cinco dias por semana, com direito a duas folgas semanais. As folgas não tinham dias definidos, uma vez que, sempre que necessário, podia ter de trabalhar durante o fim de semana. Ou seja, por norma folgaria os dois dias ao sábado e domingo, porém, sempre que necessário substituir um funcionário, durante um ou dois dias do fim de semana, folgaria os respetivos dias durante a semana. Sempre que trabalhasse no fim de semana, folgava à segunda-feira e/ou sexta-feira, com possibilidade de trocar por outros dias, quando necessário.

Relativamente ao horário de trabalho, este foi estabelecido tendo em conta o horário de funcionamento do museu, que abre de terça-feira a domingo, das 10h00 às 12h30 e das 14h00 às 17h30. Assim, ficou decidido que entrava ao trabalho às 9h30, teria pausa de almoço das 12h30 às 14h e que às 17h30 podia ir embora. Assim, ao final de cada dia somava um total de 6h30 de trabalho.

Enquanto estagiária do Museu dos Biscainhos e com base na minha área de estudo, ficou acordado que as minhas principais funções no museu passariam pela execução de visitas guiadas e tradução de qualquer texto requisitado. Mais ainda, sempre que solicitado teria de dar assistência ou realizar qualquer tarefa relacionada com as visitas, os espaços, atividades, eventos, etc.

Numa primeira fase do estágio é feita uma introdução às visitas, normalmente pelo Coordenador dos Serviços Educativo e Mediação Cultural, ou se necessário por algum guia ou estagiário experiente. Esta introdução consiste no acompanhamento de uma visita guiada realizada por alguém experiente, para que o novo estagiário perceba em que consistem as visitas, o percurso e lhe seja explicado como deve proceder.

Depois segue-se um período de estudo, em que o estagiário tem que ler o livro *Museu dos Biscainhos. Roteiro* de Teresa de Almeida d'Eça (2004), para que consiga responder a possíveis questões dos visitantes. Durante a fase de estudo, o estagiário acompanha as visitas de outros guias ou estagiários, primeiro para se habituar e depois para iniciar a realizar visitas com a supervisão de alguém experiente. Geralmente durante a primeira semana o novo estagiário estuda o livro e acompanha visitas, no início da segunda semana começa a fazer visitas supervisionadas e a meio da segunda semana, já lidera as visitas sozinho.

É importante mencionar que as visitas normais no Museu dos Biscainhos não são guiadas, mas sim acompanhadas, pelo que os visitantes são informados que em cada espaço encontram folhas informativas para lerem. Portanto, os estagiários estudam o livro apenas para saberem responder e esclarecer os visitantes. Todavia, os estagiários partilham também informação básica sobre os espaços durante as visitas. Além disso, as visitas são divididas pelos restantes estagiários e guias.

No meu caso, fui introduzida às visitas pela primeira vez por um estagiário experiente, dado que a agenda preenchida do Dr. Filipe Ferreira não lhe permitiu disponibilidade para tal. Durante a minha primeira semana acompanhei múltiplas visitas de outros estagiários e guias, que me possibilitaram aprender e adaptar. No final da primeira já conseguia liderar visitas, devido ao estudo intensivo do roteiro do museu. No início da segunda semana de estágio, já realizava visitas sozinha, optando por executá-las de forma guiada, por conseguir uma melhor interação com os visitantes.

No que diz respeito à minha função de tradutora. Os textos que surgiam, em que era necessário realizar a tradução ou revisão, tinham de ser divididos com outra estagiária, que também detinha o papel de tradutora. Para além de traduzir os textos requisitados, também podia sugerir a tradução de alguns textos e proceder à execução da mesma caso fosse aceite.

Quanto ao equipamento necessário, o museu disponibilizava um computador para os estagiários utilizarem se necessário. Contudo, como possuo um portátil, decidi fazer uso do meu computador, por ser mais conveniente e para que outro estagiário pudesse usufruir do computador do museu se precisasse. No caso da internet, o museu não possui internet sem fios, apenas internet por cabo, pelo que optei por utilizar os meus dados móveis para a realização das traduções, uma vez que o meu portátil não tem incorporada a entrada de internet por cabo.

De mencionar que os estagiários têm uma sala própria, a sala de Serviço Educativo, onde passam o tempo e estudam, quando não estão a fazer visitas. Nesta sala encontra-se o computador do museu, com internet por cabo para uso dos estagiários. Era nesta sala que trabalhava na tradução dos textos ou estudava o livro, enquanto aguardava pelas visitas. Porém, este espaço só estava disponível durante a semana, visto que durante o fim de semana os estagiários têm de ficar na receção com outro funcionário, a aguardar as visitas.

Devido às reduzidas dimensões da sala de Serviço Educativo, esta possui uma lotação máxima de cinco estagiários. Durante três semanas do mês de março, o museu contou com sete estagiários, excedendo a lotação máxima da sala. Como solução, eu e mais uma estagiária, por estarmos ambas encarregues das traduções, ficamos temporariamente no gabinete da Dra. Isabel Caldeira, dos Serviços de Segurança e Valorização do Imóvel. Uma vez que naquele momento, nos encontrávamos a rever algumas traduções realizadas pela Dra. Isabel Caldeira, esta solução permitiu que pudéssemos esclarecer dúvidas mais facilmente.

Para terminar, as minhas funções como guia e tradutora, durante o meu estágio curricular no Museu dos Biscainhos, são de um modo geral trabalho individual. No entanto, por vezes envolvem também trabalho de grupo, sempre que é necessário colaborar com outro funcionário ou estagiário, para a realização das tarefas.

3.3. Projetos de tradução

Como ficou acordado antes de iniciar o estágio curricular no Museu dos Biscainhos, foram-me solicitados alguns projetos de tradução, durante a minha passagem pelo local. Os textos que me propuseram traduzir, estavam todos relacionados com o museu de alguma forma. Isto é, uns focavam-se no acervo do museu, e outros nos espaços do palácio ou na informação a transmitir durante as visitas.

Devido à presença de mais uma estagiária com funções de tradutora, a minha colega de mestrado, Bárbara Maiato, todos os projetos de tradução que surgiam eram entregues a ambas, ou seja, teriam de ser executados de forma conjunta. Contudo, por motivos de interesse académico, concordamos em, sempre que possível, dividir os textos de cada projeto, para serem traduzidos individualmente primeiro e no final, revistos em conjunto, de forma a obter uma tradução uniforme.

No total, efetuei três projetos de tradução, nomeadamente:

- Roteiro Básico;
- Folhetos informativos;
- Revisão de metadados.

É importante mencionar que, a realização da tradução do Roteiro Básico e a revisão dos metadados, foram projetos propostos pelo museu. Enquanto que a tradução dos folhetos informativos, foi um projeto sugerido por mim ao museu.

A execução destes projetos de tradução realçou a importância das encomendas de tradução, com fins turísticos, serem executadas por tradutores profissionais competentes. Pois para efetuar uma boa tradução, não basta saber falar a língua de chegada. De forma a obter uma boa tradução, é fundamental que a pessoa que traduz usufrua de competências essenciais do tradutor. A Norma ISO 17100 (2015) enumera um conjunto de competências, previamente mencionadas no ponto 2.2.4., que provam que é necessário possuir um vasto conhecimento em diferentes áreas, para realizar uma tradução de qualidade. Estas competências são encontradas nos tradutores profissionais, que as obtêm através de formação académica superior.

3.3.1. Análise

Neste ponto serão analisados individualmente os três projetos de tradução, realizados no âmbito do estágio curricular no Museu dos Biscainhos. Em cada projeto será identificado o tipo de texto, o público-alvo, a linguagem, as línguas de trabalho, o conteúdo, entre outros aspetos relevantes para a análise.

3.3.1.1. Roteiro Básico

O Roteiro Básico foi o primeiro projeto de tradução requisitado pelo museu, mais especificamente pelo Dr. Filipe Ferreira. A proposta foi recebida no dia 18 de fevereiro de 2022, e consistiu na tradução do português para o inglês, de um documento de três páginas em formato “.docx”. Como solicitado, a tradução foi realizada no ficheiro do texto de partida, e a tradução em inglês localiza-se abaixo de cada texto, como se expõe no Anexo 1.

O Roteiro Básico, como o próprio título revela, compreende a informação básica a partilhar com as pessoas, sobre cada espaço do museu. A criação deste documento teve como objetivo a

uniformização da informação a ser referida durante as visitas, pelos funcionários de recepção e pelos estagiários. Desta forma, a tradução deste roteiro para o inglês, não só permite que os estagiários estrangeiros também tenham acesso a esta informação, como também uniformiza a informação em inglês.

Este texto informativo foi criado para ser lido pelos estagiários e funcionários de recepção, porém, o seu público alvo são os visitantes do museu, uma vez que os elementos do museu passarão a informação às pessoas durante as visitas. A linguagem é de fácil compreensão e nada adjetivada, já que o roteiro se foca em informar apenas. No decorrer do roteiro é possível detectar ainda alguns termos da área da história, arquitetura, cultura e mobiliário, como “Idade Média”, “Barroco” e “cartório”.

A tradução do Roteiro Básico foi realizada em colaboração com a estagiária Bárbara Maiato. Em conjunto chegamos à conclusão de que não compensava dividir o documento, por uma questão de tempo, uma vez que nos foi solicitada a tradução do documento com a maior brevidade possível. Assim, concordamos que seria mais rápido traduzir logo em conjunto, em vez de dividir os textos e traduzir individualmente primeiro.

Esta decisão permitiu também obter experiência de tradução em grupo. Com base nesta experiência, acredito que a tradução em grupo é uma forma benéfica de traduzir, uma vez que permite que haja mais ideias de tradução. Contudo, ao trabalhar em grupo é fundamental saber respeitar as opiniões alheias e estar aberto a sugestões, para que haja harmonia.

No dia 21 de fevereiro de 2022, foi enviada ao Dr. Filipe Ferreira uma versão provisória, com o pedido de esclarecimento de algumas dúvidas sobre a informação presente. De uma forma mais específica, foi pedida a confirmação da data presente no texto da Sala do Estrado, uma vez que o nosso livro de estudo mencionava um século diferente para a mesma informação, e também a confirmação de um erro ortográfico, no texto do Salão de Música e de Jogo. No dia 22 de fevereiro de 2022, depois de receber a sua resposta e opinião sobre a tradução, executamos as devidas alterações e procedemos à entrega do documento traduzido.

O Roteiro Básico foi imprimido e distribuído pelos funcionários de recepção e estagiários. Contudo, no dia 28 de março de 2022, depois de rever a tradução dos folhetos informativos, achamos por bem rever mais uma vez a tradução do Roteiro Básico, uma vez que ambos utilizam o mesmo vocabulário. Nesta revisão corrigimos dois erros de tradução e realizamos algumas

alterações que consideramos necessárias. Por exemplo, mudamos “internships” para “trainees” como tradução de “estagiários”, visto que “trainees” é mais utilizado no inglês do Reino Unido que aplicamos ao documento, e corrigimos “horses heads” para “horses’ heads”. Feitas as correções, enviamos a tradução final no dia 28 de março para o Dr. Filipe, como se encontra no Anexo 1.

3.3.1.2. Folhetos informativos

A tradução dos folhetos informativos que se encontram em cada espaço do percurso museológico, foi um projeto de tradução proposto por mim ao Dr. Filipe Ferreira, depois de ter verificado que estes não se encontravam traduzidos para espanhol. Uma vez que o espanhol é uma das minhas línguas de trabalho e é grande a afluência dos turistas de língua espanhola, achei que seria benéfico para o museu a tradução dos folhetos para esta língua.

Dos 11 folhetos existentes, ofereci-me para traduzir os seis representados no Anexo 2, nomeadamente: Átrio e Escadaria; Salão Nobre; Sala do Estrado; Gabinete; Pátio Interior; Cozinha. A tradução dos restantes cinco folhetos (Sala de Entrada; Oratório; Salão de Música e de Jogo; Sala de Jantar; Cavalaria), ficou ao encargo da outra estagiária tradutora, Bárbara Maiato, que também os iria traduzir para espanhol.

Os folhetos informativos consistem na informação sobre o espaço em que se encontram. Ou seja, os folhetos informam os visitantes sobre o nome do espaço que estão a ver, a sua função e algumas curiosidades históricas, culturais, decorativas e/ou funcionais. Estes folhetos são de leitura opcional pelos visitantes e auxiliam a visita como a versão escrita da informação que o vigilante do museu partilha com o público.

Quanto à linguagem, este projeto assemelha-se ao Roteiro Básico, uma vez que também trata a informação sobre cada espaço do museu e é dirigido aos visitantes em geral. Assim sendo, a linguagem é clara, simples e nada adjetivada, focando-se na informação. Do mesmo modo, também estão presentes termos da área da história, cultura, arquitetura e mobiliário.

Tendo em conta que os folhetos já se encontravam traduzidos para inglês e francês, o Dr. Filipe solicitou que, para além de traduzir os textos do português para o espanhol, também revisse estas traduções já existentes e efetuasse as alterações necessárias.

Iniciei esta proposta de tradução no dia 22 de fevereiro de 2022, com o folheto do Átrio e Escadaria, realizando o mesmo processo para todos os folhetos. É importante mencionar que, os textos em português foram apenas revistos para verificar que não existiam quaisquer erros. Porém, durante a revisão de alguns textos, achei por bem alterar a construção frásica de algumas frases, de forma a facilitar a compreensão da informação.

Relativamente aos textos em francês, não efetuei alterações nestes, visto que o francês não é uma das minhas línguas de trabalho. Quanto aos textos em inglês, para além de rever a informação existente, decidi traduzir e adicionar mais conteúdo, de forma a que os textos em português e inglês transmitissem a mesma quantidade de informação. Para tal, as frases previamente existentes foram alteradas, para coincidirem com a composição da informação em português.

A tradução dos folhetos para espanhol, apresentou mais dificuldades que as línguas anteriores, uma vez que não existia nenhuma fonte do museu em espanhol pela qual me pudesse guiar gramaticalmente, como em inglês tinha. Assim sendo, na tradução dos folhetos do português para espanhol, o mais complicado foi traduzir alguns nomes específicos. Por exemplo, no caso do folheto da Sala do Estrado, a tradução do nome da sala para “Sala de la Tarima”, e a tradução de “contadores e escritórios”, que são dois objetos de função específica e que optei por traduzir para “contadores y despachos”, com base na pesquisa que realizei.

Terminada a tradução de todos os folhetos, revi várias vezes os textos para confirmar todas as decisões que tomei e verificar se não tinham passado erros. Depois, realizei uma revisão final com a outra estagiária, de forma a haver uniformidade gramatical nos folhetos e para ouvir a sua opinião também. Por fim, no dia 28 de março de 2022, procedemos à entrega conjunta dos folhetos em formato “.docx”.

3.3.1.3. Revisão de metadados

O último projeto de tradução que realizei durante o estágio, foi solicitado pela Dra. Isabel Caldeira, dos Serviços de Segurança e Valorização do Imóvel. Para este projeto foi pedido que revisse a versão inglesa dos textos inseridos no Google Arts, que foram escritos e traduzidos pela Dra. Isabel Caldeira. Não é possível inserir os metadados nos anexos, uma vez que estes fazem parte de um projeto que só ficará disponível *online* em 2023.

Estes textos/metadados tratam a informação sobre elementos do acervo do Museu dos Biscainhos, mais especificamente, a origem, características e descrição de objetos que compõem os bens pertencentes ao museu. Os metadados fazem-se acompanhar de uma fotografia do objeto em questão e encontram-se no *backoffice* do Google Arts, onde uma página dedicada ao Museu dos Biscainhos está a ser criada, inserindo assim os Biscainhos na lista de museus que ali já se encontram retratados. Este projeto tem como objetivo dar a conhecer o museu ao mundo, assim que a página estiver disponível *online*, logo a informação dirige-se ao público em geral.

No total, os metadados dividem-se em cinco temas: Pintura; Traje; Mobiliário; Escultura; Cerâmica. Tendo em conta que este projeto foi entregue a mim e à minha colega, Bárbara Maiato, decidimos dividir os temas pelas duas. Eu fiquei com os metadados da “Pintura” e do “Traje”, e a outra estagiária ficou com o “Mobiliário”, a “Escultura” e a “Cerâmica”, uma vez que os metadados do “Mobiliário” e da “Escultura” são mais breves. Apesar dos textos terem sido divididos, eu e a minha colega estávamos na mesma sala, o que promoveu o diálogo. A certo ponto, instalamo-nos no gabinete da Dra. Isabel Caldeira, o que facilitou o esclarecimento de dúvidas quanto ao conteúdo e os objetos.

Os textos da “Pintura”, como o próprio nome indica, abarcam a informação sobre todos os quadros do acervo do museu. Em cada quadro é feita uma descrição detalhada da pintura, e também se encontra identificado o nome da obra, o autor, a data de início e término, o século, o tipo, o formato, a localização e o material de que é feita. De forma similar, os metadados do “Traje” informam sobre todos os leques pertencentes ao museu. Em cada leque é feita uma descrição detalhada e é identificado o tipo de leque, o criador, a data de início e término, o século, o formato, a localização e o material de que é feito. É importante salientar que todas as informações se apresentam em português e inglês, através do uso de linguagem culta e especializada.

Iniciei a revisão dos metadados da “Pintura”, no dia 25 de fevereiro de 2022, e os do tema “Traje”, no dia 23 de março de 2022. Não foi necessário realizar uma entrega formal, visto que as alterações eram realizadas diretamente no *backoffice* do Google Arts, ao qual a Dra. Isabel tinha acesso. O tema da “Pintura” possui uma extensão de 33 células, cada uma com aproximadamente 12 linhas de comprimento. Este demorou quase um mês a rever, devido à realização de outros projetos em simultâneo. Por outro lado, o tema do “Traje” ocupa 31 células, com quatro a 13 linhas de comprimento. Contudo, este demorou somente sete dias a rever, pois estava focada apenas neste texto.

As alterações provenientes da revisão dos textos em inglês, foram executadas no próprio documento, em formato Excel. No geral, a maioria das alterações foram efetuadas a nível gramatical e de construção frásica, nos dois temas. A aplicação de linguagem técnica em ambos os temas, foi o que mais complicou o processo de revisão. Tive de fazer muita pesquisa sobre técnicas de pintura e composição de leques, por exemplo, uma vez que não possuía grande conhecimento no assunto. Na pintura temos o exemplo de “jogo de claro-escuro” que traduzi para “play of chiaroscuro”, e “meio corpo” que em inglês fica “kit-cat format”.

Terminada a revisão, a Dra. Isabel verificou o trabalho, e nos metadados do “Traje” requisitou a mudança da palavra “monture” para “sticks”, pois segundo a mesma, naquele caso “armação” referia-se às varetas dos leques.

3.3.2. Ferramentas e recursos utilizados

De um modo geral, para os projetos de tradução fiz uso das mesmas ferramentas que auxiliam o processo de tradução, ou seja, utilizei os mesmos motores de tradução automática e dicionários em quase todos os textos. Mais especificamente, recorri ao Cambridge Dictionary³⁵, ao Linguee³⁶, à Infopédia³⁷ e à Real Academia Española (RAE)³⁸, sempre que precisei de consultar um dicionário para confirmar o significado e utilização de alguma palavra, tanto em português, como em inglês e espanhol.

Relativamente aos tradutores, optei por usar o motor de tradução automática DeepL³⁹, em vez de usar alguma CAT Tool, como ferramenta de auxílio à tradução. Esta decisão baseou-se no facto de não ter sentido necessidade de recorrer a uma CAT Tool, devido à brevidade dos textos trabalhados. Além disso, o tradutor DeepL oferece muitas opções de tradução e, na minha opinião, executa traduções com alguma qualidade. Mais ainda, alguns dicionários que utilizei também oferecem opções de tradução de palavras para diversas línguas, como é o caso da Infopédia e do Linguee.

³⁵ <https://dictionary.cambridge.org/>

³⁶ <https://www.linguee.pt/>

³⁷ <https://www.infopedia.pt/>

³⁸ <https://dle.rae.es/>

³⁹ <https://www.deepl.com/pt-PT/translator>

Pelo contrário, os recursos que utilizei foram bastante variados, dependendo dos temas das traduções. Em todos os projetos de tradução recorri a múltiplos *websites*, para me informar sobre os temas que estes abordavam e para confirmar as opções de tradução dos termos utilizados e nomes de objetos.

▪ **Roteiro Básico**

Tendo em conta que os textos do Roteiro Básico, são a informação que os funcionários de receção e estagiários têm de partilhar com os visitantes durante as visitas, a informação neles exposta baseia-se no Palácio dos Biscainhos, mais concretamente, na sua história, vida, decoração e funcionalidade. A principal fonte em que me baseei para traduzir o documento para o inglês, foi a versão inglesa⁴⁰ do livro *Museu dos Biscainhos. Roteiro* de Teresa de Almeida d'Eça (2004), visto que neste já se encontrava traduzida a gramática, os elementos culturais e alguns termos que poderiam suscitar dúvidas, como foi o caso do nome da “Sala do Estrado”, que se traduz para “Dais Room”.

No entanto, sempre surgiam dúvidas para as quais não encontrava resposta no livro, ou queria confirmar algo, para além de recorrer ao tradutor e dicionários, fazia também pesquisa na *internet*. Por exemplo, o livro-roteiro traduz “Casa Senhorial” para “Seigneurial House”. Contudo, reparei que os folhetos informativos do museu, têm este termo traduzido para “Manor House”. Para esclarecer esta dúvida, investiguei em vários *websites* e cheguei à conclusão que “Manor House” é a expressão mais utilizada no inglês. Inclusive, é a expressão utilizada pelo *site* da Câmara Municipal de Braga⁴¹, sobre o Museu dos Biscainhos.

▪ **Folhetos informativos**

Assim como o Roteiro Básico, a versão inglesa do livro *Museu dos Biscainhos. Roteiro* de Teresa de Almeida d'Eça (2004), também foi utilizado para este projeto. No entanto aqui, serviu de apoio para a revisão e tradução da restante informação para inglês.

⁴⁰ Esta versão não se encontra disponível online.

⁴¹ House of Biscainhos. (s/d). *Câmara Municipal de Braga*. <https://www.cm-braga.pt/en/1201/conhecer/historia-e-patrimonio/patrimonio-cultural/patrimonio-edificado/item/item-1-627>

Quanto à tradução dos folhetos para espanhol, como não existia qualquer fonte do museu em espanhol, para além de fazer uso do DeepL, da Infopédia e da RAE, realizei também pesquisa em diversas páginas *web* quando precisava de adquirir mais informação. Por exemplo, a tradução do nome dos móveis utilizados nos espaços foi desafiante, uma vez que atualmente alguns já não são frequentes ou têm um aspeto totalmente diferente, como é o caso dos móveis contadores e dos cartórios. Contudo, encontrei algumas websites que ajudaram na tradução destes, como foi o caso do artigo “Mueble español de los siglos XVI-XVII” de Lachisterademarlene (2011)⁴².

Por outro lado, a tradução do nome da “Sala do Estrado”, foi um dos momentos em que senti maior dificuldade. O estrado é uma elevação geralmente de madeira, coberta por tapetes, onde as mulheres se sentavam. Optei por traduzir para “Sala de la Tarima”, uma vez que a definição de “estrado” na RAE⁴³ indica que esta palavra também se pode referir ao espaço em que o objeto se encontra, e não apenas ao objeto como em português. No entanto, confirmei num artigo denominado “El estrado, espacio doméstico de la mujer española”, de Bárbara Rosillo (2019)⁴⁴, que ambas as palavras se utilizam para falar do mesmo objeto.

▪ **Revisão de metadados**

Relativamente aos recursos utilizados durante a revisão do metadados dos temas “Pintura” e “Traje”, para além do motor de tradução automática DeepL, recorri ainda aos dicionários Linguee, Infopédia e Cambridge Dictionary sempre que necessário. Contudo, uma vez que a linguagem técnica foi um dos fatores que maior dificuldade me apresentou neste projeto, na maioria dos casos não bastou usufruir dos recursos já mencionados. Para além destes, tive também de pesquisar na *internet* por *sites* que aumentassem o meu conhecimento do assunto em questão.

Por exemplo, no tema do “Traje” encontram-se descritos inúmeros leques que compõem o acervo do museu. Consultei diversos websites em português para adquirir conhecimento sobre a sua linguagem técnica, anatomia e os diversos tipos. Das páginas consultadas, destaca-se

⁴² LACHISTERADEMARLENE. (2011, novembro 6). *Mueble español de los siglos XVI-XVII*. Taller y medio ~ Restauración de muebles, transformaciones, imaginación y lo que venga. <https://tallerymedio.com/2011/11/06/mueble-espanol-de-los-siglos-xvi-xvii/>

⁴³ Estrado. (s/d). *Real Academia Española*. <https://dle.rae.es/estrado?m=form>

⁴⁴ Rosillo, B. (2019, fevereiro 24). *El estrado, espacio doméstico de la mujer española*. "Arte y demás historias" por Bárbara Rosillo, doctora en Historia del Arte. <https://barbararosillo.com/2019/02/24/el-estrado-espacio-domestico-de-la-mujer-espanola/>

“Leque “O Rapto das Sabinas”, por Cristina Carvalho (s/d)⁴⁵, onde para além de ser descrito o leque em questão, também se aborda a anatomia dos leques e os diferentes tipos. Porém, também necessitei de me instruir sobre a mesma informação em inglês. Aqui destaca-se a página *The Fan Circle International*⁴⁶, pela explicação detalhada da anatomia dos leques. Mais ainda, a publicação de Geri Walton (2019), sobre “Eighteenth Century Fans: How They Were Used”⁴⁷, por não só abordar a composição dos leques, como também explicar a diferença entre alguns tipos de leques.

Em contrapartida, no tema da “Pintura” para além de pesquisar sobre vocabulário de vestuário da época, consultei também múltiplos *sites* para confirmar a tradução do nome das pinturas pertencentes ao museu. Em alguns casos foi possível verificar a tradução na versão inglesa do livro-roteiro do Museu dos Biscainhos, mas para a quase totalidade utilizei páginas *web*. Todavia, no caso da pintura de “Salomé com a Cabeça de São João Batista”, confirmei a tradução no *site* do Museu Nacional de Arte Antiga⁴⁸, pois apesar desta se encontrar na versão inglesa do livro-roteiro, este identificou erradamente “Salomé” como “Solomon”, alterando o sexo da personagem no título.

3.4. As visitas

Como já referido, as visitas no Museu dos Biscainhos são normalmente acompanhadas e não guiadas, significando que a informação não é fornecida pelo funcionário do museu que acompanha os visitantes, mas sim pelos folhetos informativos que se encontram em cada sala. As visitas guiadas são realizadas apenas com marcação prévia. Todavia, por preferência pessoal e com o consentimento do meu superior, quase todas as visitas que concretizei foram guiadas, isto é, a informação foi toda provida por mim, e os folhetos seriam apenas de leitura opcional e complementar.

Durante a minha função como guia no museu, realizei múltiplas visitas, todas elas singulares em experiência. No início do meu estágio, liderei algumas visitas com a companhia de

⁴⁵ Carvalho, C. (s/d). “Leque “O Rapto das Sabinas”. Casa-Museu Medeiros e Almeida. <https://www.casa-museumedeirosalmeida.pt/pecas/leque-o-rapto-das-sabinas-destaque-em-abril-2019/>

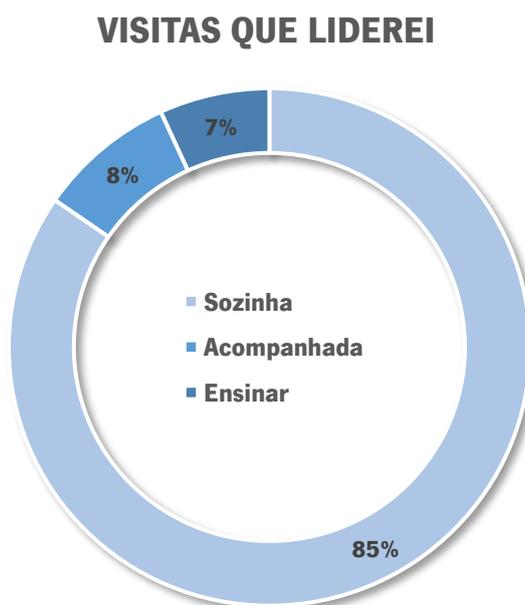
⁴⁶ Parts of a Folding Fan. (s/d). *The Fan Circle International*. <https://fancircleinternational.org/parts-of-a-folding-fan/>

⁴⁷ Walton, G. (2019, março 1). *Eighteenth Century Fans: How They Were Used*. Geri Walton - Unique histories from the 18th and 19th centuries. <https://www.geriwatson.com/eighteenth-century-fans/>

⁴⁸ Salome with the Head of St. John the Baptist. (s/d). *Museu Nacional de Arte Antiga*. <http://www.museudearteantiga.pt/collections/european-painting/salome-with-the-head-of-st-john-the-baptist>

outro estagiário, como medida preventiva, tendo em conta a minha falta de experiência. Depois de me mostrar capaz, passei a efetuar visitas sozinha, exceto em escassos momentos que fiz parceria com outra estagiária, devido à extensão dos grupos de visitantes. É importante destacar também, as visitas que liderei com o objetivo de ensinar algum novo estagiário que me acompanhava.

Gráfico 1 - Visitas que liderei



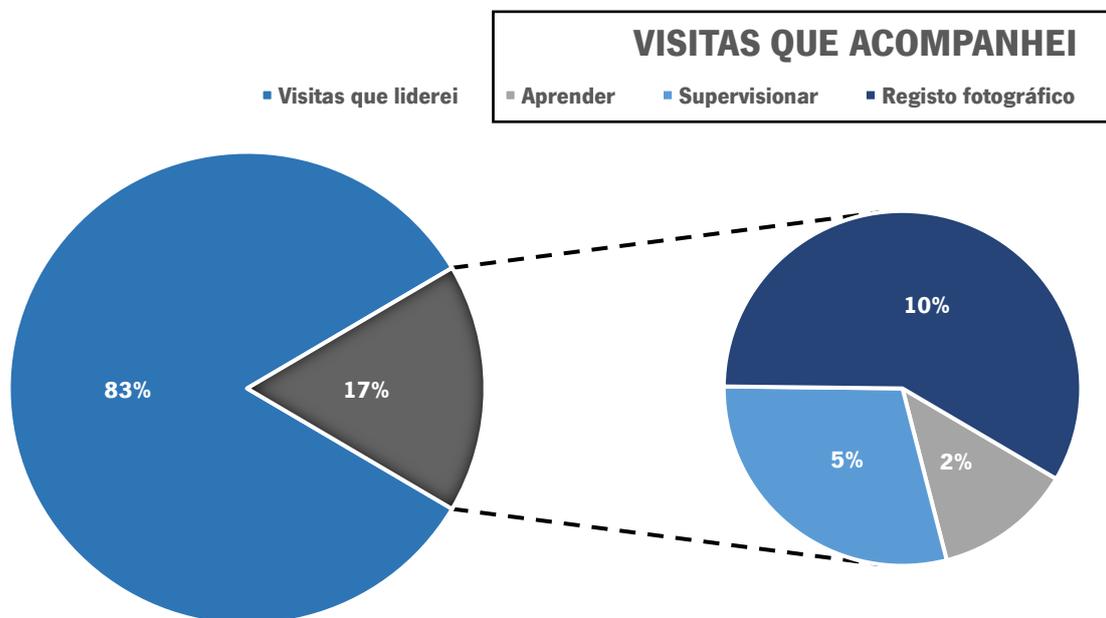
Fonte: Dados coletados por mim

Como se pode verificar no Gráfico 1, realizei 99 visitas sozinha, o que significa que em 85% das visitas que liderei, apenas estava presente eu, como guia, e os visitantes. Em oposição, as oito visitas que realizei com o objetivo de ensinar novos estagiários e demonstrar o que estes teriam de fazer, correspondem à percentagem mais baixa, pois apenas foram necessárias algumas demonstrações a cada, até conseguirem fazer visitas sozinhos. Com uma percentagem similar, as dez visitas que liderei acompanhada correspondem também a uma pequena parte, uma vez que refletem situações excecionais. Apesar de também ter sido acompanhada por um estagiário nas visitas que executei para ensinar, este não intervinha na visita e apenas observava. Enquanto que nas visitas acompanhadas, o estagiário que estava comigo intervinha diretamente nas visitas. Isto é, nas minhas primeiras visitas o estagiário que me supervisionava intervinha para me ajudar, e nas visitas que liderei em parceria com outra estagiária, esta também intervinha.

Por outro lado, participei em várias visitas apenas como acompanhante. No início, acompanhei algumas visitas com o propósito de aprender. A maioria deste tipo de visitas,

acompanhava com o objetivo de registar fotograficamente a visita do guia profissional. Outras acompanhei apenas para supervisionar, tanto as visitas lideradas por algum estagiário inexperiente, como as visitas às exposições temporárias, ou alguma visita liderada por outro guia.

Gráfico 2 - Visitas que acompanhei



Fonte: Dados coletados por mim

No Gráfico 2, é possível apurar que a maioria das visitas em que participei, foram lideradas por mim, e em apenas 17% (24 visitas) estava presente somente como acompanhante. Nas visitas que acompanhei, detive diferentes funções. Em algumas estive encarregue do registo fotográfico da visita de outro guia, noutras supervisionei a visita de um novo estagiário e outras acompanhei com o objetivo de aprender. De acordo com a informação explícita no Gráfico 2, mais de metade das visitas que acompanhei destinaram-se ao registo fotográfico. Em contrapartida, em apenas 2% (3 visitas) acompanhei com o intuito de aprender a dinâmica das visitas guiadas.

Gráfico 3 - Total de visitantes



Fonte: Dados coletados por mim e pelo museu

Através de dados coletados pelo museu, é possível averiguar que no decorrer dos três meses do estágio curricular (de 14 de fevereiro a 15 de maio), visitaram o Museu dos Biscainhos 9.470⁴⁹ pessoas. Deste total, anotei que estive em contacto com 1.157 visitantes, quer em visitas guiadas que realizei e acompanhei, quer durante eventos organizados nas instalações do museu. Uma vez que 12% do total de visitantes passaram por mim, os restantes 88% foram recebidos pelos restantes estagiários, guias e funcionários de receção do museu, com quem normalmente o trabalho tinha de ser dividido.

Por fim, é importante mencionar que quase todas as visitas guiadas que concretizei duraram em média entre 20/30 minutos, dependendo do grupo de visitantes, se estes demoravam mais ou menos tempo a ver cada espaço e a quantidade de questões que expunham. Em raras ocasiões executei algumas visitas entre os cinco e dez minutos, ou porque as pessoas apenas desejavam ver o espaço sem explicação, ou porque apenas queriam visitar alguma exposição a decorrer. Já as visitas guiadas que acompanhei dos guias profissionais do museu, a geralmente grupos escolares, eram sempre as mais demoradas, pois prolongavam-se entre 40 minutos e uma

⁴⁹ Não inclui as pessoas que viram apenas o jardim/parque/pátio, uma vez que este é de acesso gratuito e visita livre, não necessitando de um acompanhante do museu.

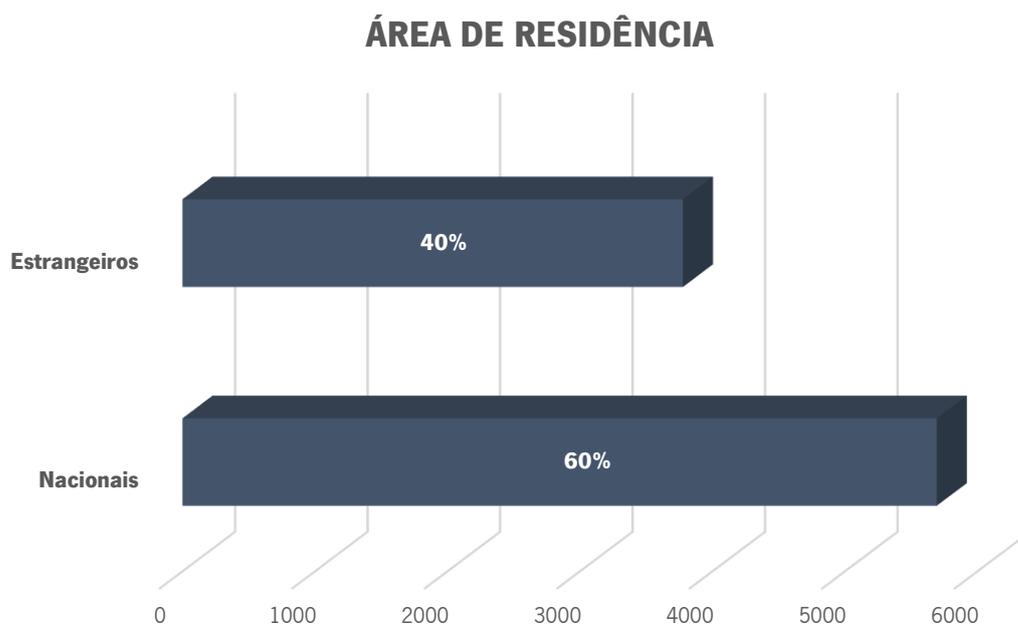
hora, dado que neste tipo de visitas é fornecida uma informação mais detalhada sobre cada espaço, a vida na época e os costumes.

3.4.1. Perfil dos visitantes

Neste ponto será analisado o perfil dos visitantes que passaram pelo museu, desde o início do meu estágio até ao fim do mesmo. A análise de perfil dos visitantes do Museu dos Biscainhos, inclui todas as pessoas que realizaram visita ao museu e/ou a alguma exposição/evento, ou que por alguma outra razão necessitaram do acompanhamento de um membro do museu. No estudo realizado neste ponto, não serão incluídas as pessoas que apenas visitaram o jardim/parque/pátio, uma vez que este é de visita livre e acesso gratuito, logo não necessitam de um membro da equipa.

Muitas das pessoas que visitam Braga procuram conhecer a sua rica história e cultura. Para esta finalidade, o Museu dos Biscainhos impõe-se como um ponto de visita obrigatória, pois permite vislumbrar os gostos, os costumes e a cultura de um período marcante na cidade de Braga. Por isso, são muitos os visitantes nacionais e estrangeiros que passam pelo museu com o propósito de aprender.

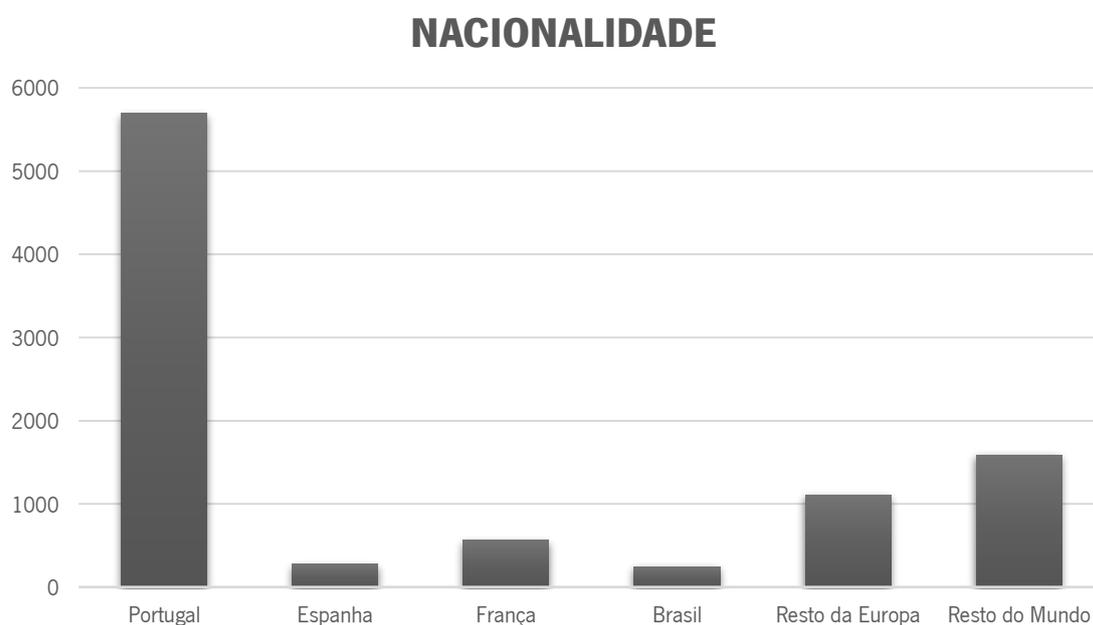
Gráfico 4 - Área de residência dos visitantes



Fonte: Dados coletados pelo museu

O Gráfico 4 representa o resultado da análise da área de residência do número total de visitantes que passaram pelo museu, no decorrer do meu estágio curricular. Isto é, para este estudo foram examinados tanto os visitantes com quem tive em contacto, como os visitantes que passaram por outros membros da equipa e estagiários. Observando o Gráfico 4, é possível perceber que a maioria das pessoas que visitam o museu residem em território nacional. No entanto, a diferença entre o número de visitantes nacionais e estrangeiros é de apenas 20%, o que indica que o Museu dos Biscainhos é também muito procurado pelos visitantes estrangeiros que passam por Braga.

Gráfico 5 - Nacionalidade dos visitantes

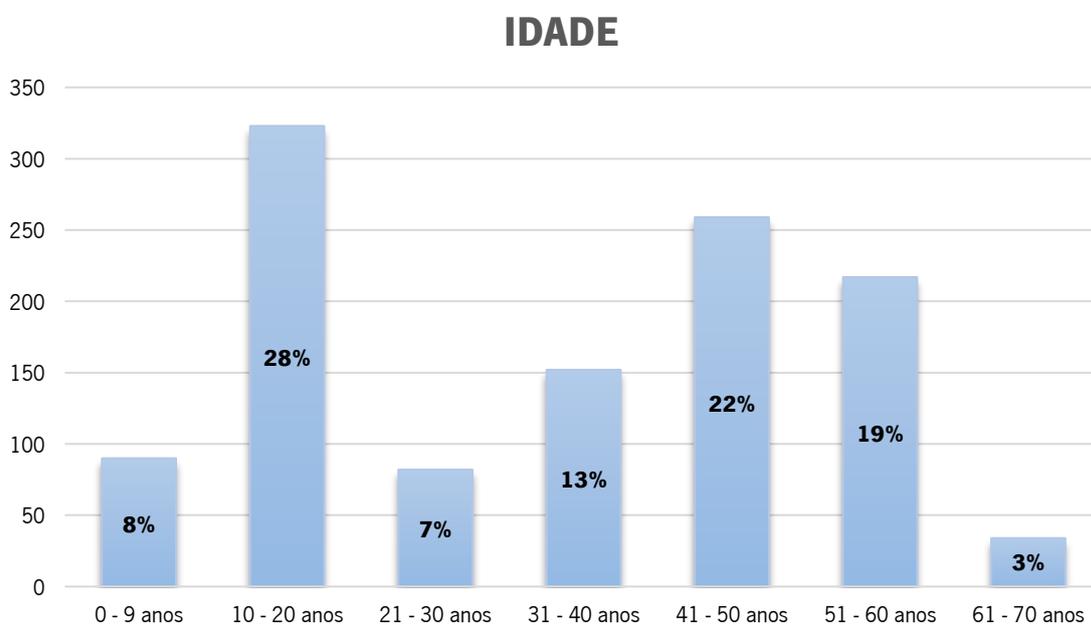


Fonte: Dados coletados pelo museu

Ao analisar detalhadamente a nacionalidade do número total de visitantes do museu, neste específico espaço de tempo, pode-se confirmar o resultado do Gráfico 4, ou seja, que o número de visitantes portugueses é superior. Contudo, o Gráfico 5 revela ainda que, dos visitantes de origem estrangeira, os franceses, os espanhóis e os brasileiros são os que mais visitam o museu, em concordância com a informação disposta no ponto 2.1.2.1., sobre a nacionalidade dos turistas que mais procuram a cidade de Braga. Porém, é importante realçar que o museu também recebe muitos turistas vindos de outros países da Europa (e.g., Alemanha, Reino Unido, Itália, Turquia, etc.) e do mundo (e.g., EUA, Canadá, Argentina, China, Austrália, etc.).

Durante o estágio reparei que o museu recebe visitantes com idades muito distintas, desde crianças até aos mais velhos. Os mais novos apareciam sobretudo com as visitas escolares ou acompanhados pelos pais, enquanto que os mais velhos visitavam por opção própria. Os dados utilizados para a análise das idades dos visitantes do museu, foram recolhidos por mim nas visitas em que participei. Estes têm por base a dedução e a aproximação, uma vez que o museu não recolhe este tipo de dados e os visitantes não foram inquiridos sobre a sua idade. Apesar destas quantidades não corresponderem ao número total de visitantes do museu durante o estágio, mas apenas aos visitantes que passaram por mim, estes dados dão uma ideia das idades do público em geral.

Gráfico 6 - Idade dos visitantes



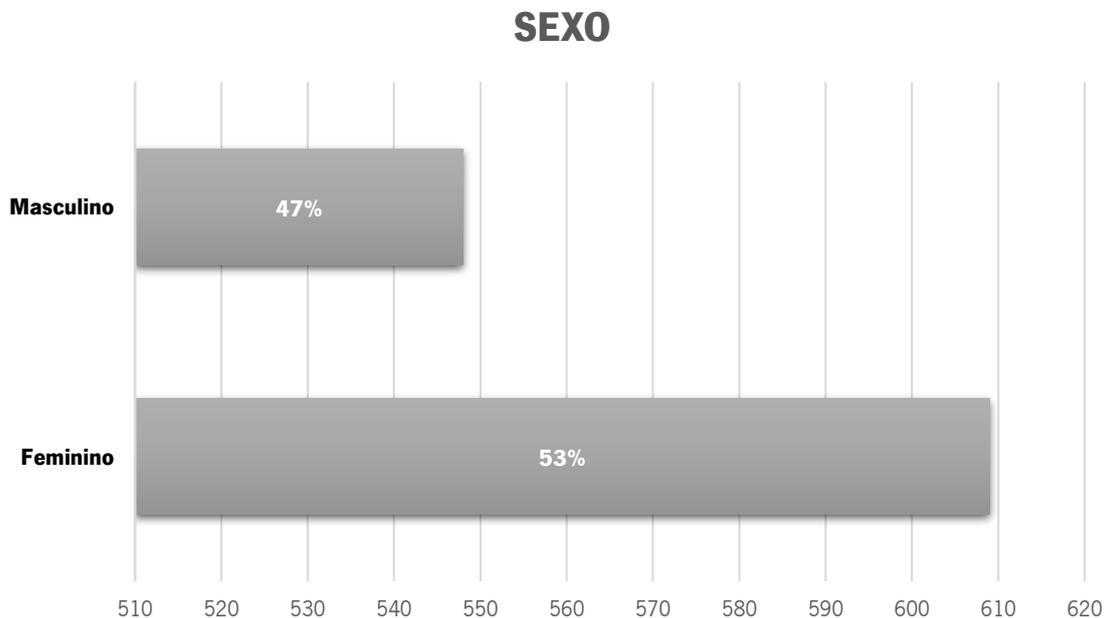
Fonte: Dados coletados por mim

Ao observar o Gráfico 6, é possível verificar que o público com idade entre os 10 e os 20 anos, foi o que mais visitou o museu durante o período de estágio curricular. Como mencionado anteriormente, este público mais jovem era geralmente levado ao museu através de visitas escolares ou faziam-se acompanhar pelos familiares. É de notar que o meu estágio foi realizado no ano letivo de 2021/2022, no decorrer dos meses de fevereiro, março, abril e maio, ainda durante o período escolar. Caso o tivesse feito durante os meses de verão (junho, julho e agosto), equivalentes às férias escolares, o mais provável era que os resultados das idades dos visitantes fossem completamente diferentes, pois não haveria visitas escolares e consequentemente, o público dos 10 aos 20 anos diminuiria consideravelmente.

Destacam-se também em quantidade o público entre os 41 - 50 anos e 51 - 60 anos, representando 22% e 19% dos visitantes com quem interagi. Estas faixas etárias estavam representadas em quase todas as visitas em que participei e, caso o estágio tivesse sido realizado no verão, este tipo de público representaria a grande maioria dos visitantes do museu. Embora os estudantes (10 - 20 anos) tenham sido o público mais abundante, estes surgiam em grandes quantidades, mas corresponderam apenas a uma pequena quantidade de visitas. Enquanto que os visitantes entre os 41 - 50 anos e 51 - 60 anos, apareciam em menor quantidade, mas com grande frequência, ocupando a maioria das visitas realizadas.

Para analisar o sexo mais comum entre os visitantes, assim como no Gráfico 6, utilizei dados recolhidos por mim nas visitas em que participei. Como no gráfico anterior, estes dados não retratam o total de visitantes do museu, mas apenas os visitantes que passaram por mim durante o estágio, visto que o museu não coleta este tipo de informação. Todavia, esta informação sobre uma parte das pessoas que passam pelo museu, reflete as características da totalidade dos visitantes.

Gráfico 7 - Sexo dos visitantes



Fonte: Dados coletados por mim

Como se pode observar no Gráfico 7, o sexo mais comum entre os visitantes do Museu dos Biscainhos é o sexo feminino. Porém, a diferença de representação entre o sexo feminino e masculino é mínima, de apenas 6%. Isto significa que, o interesse e a presença de visitantes dos

dois sexos no museu são bastante equilibrados, apesar do sexo feminino ser ligeiramente mais frequente.

Em conclusão, é possível afirmar que a maioria dos visitantes do museu residem em território nacional, logo a nacionalidade mais frequente é a portuguesa. Contudo, a presença de visitantes estrangeiros também é muito grande, podendo encontrar nas visitas pessoas não só de toda a Europa, mas de todo o mundo, sendo que os mais constantes são os franceses, os espanhóis e os brasileiros. Quanto à idade, os visitantes entre os 10 - 20 anos foram os mais abundantes, apesar de aparecerem ocasionalmente. Enquanto que os que lhes sucedem em quantidade, os visitantes entre os 41 - 50 anos e 51 - 60 anos, são os mais comuns, pois fizeram-se presentes na maioria das visitas que realizei. Por fim, nas visitas em geral, a representação dos dois sexos é bastante equilibrada, ainda que o sexo feminino seja minimamente mais comum.

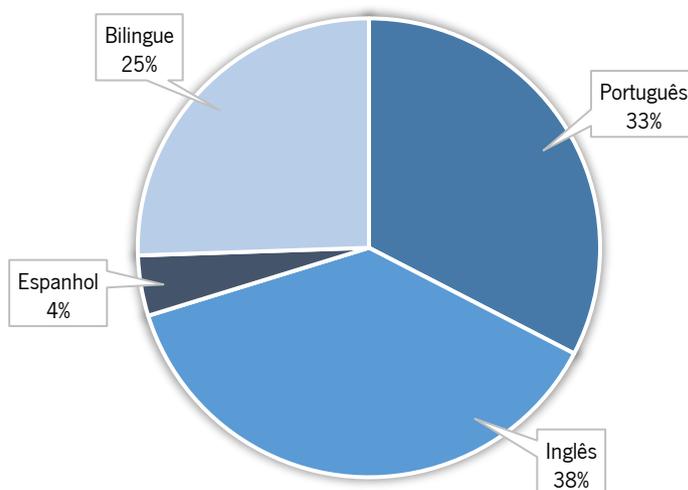
3.4.2. Comunicação com os visitantes

As interações com os visitantes aconteceram sobretudo durante as visitas em que estive presente. Alguns diálogos foram mais simples, limitando-se a questões simples, outros foram mais complexos, requerendo um extenso uso de vocabulário e conhecimento.

Tendo em conta que o museu recebe tanto visitantes nacionais como estrangeiros, tive de comunicar em línguas estrangeiras, para além da minha língua materna, o português. Deste modo, é fundamental mencionar que a comunicação com os visitantes foi limitada ao uso de três línguas, o português, o inglês e o espanhol, uma vez que são as línguas em que sou fluente e coincidem com as nacionalidades mais comuns dos visitantes.

Nas 141 visitas em que participei, os grupos eram frequentemente multinacionais e por isso, existiu a necessidade de tentar encontrar uma língua que todos entendessem, de forma a facilitar a exposição da informação. Quando não existia uma língua de entendimento comum entre os visitantes, tive de realizar visitas guiadas bilíngues, ou seja, em duas línguas. Em algumas ocasiões, aconteceu de alguns turistas franceses não perceberem nenhuma das línguas que falo. Posto que a comunicação verbal não era exequível, a solução para este problema passou por lerem os papéis informativos que se encontram em cada espaço, visto que estes já se encontram traduzidos para francês.

LÍNGUAS DAS VISITAS



Fonte: Dados coletados por mim

No Gráfico 8, as visitas em que estive presente e participei, encontram-se divididas pelas línguas em que foram executadas. Ao analisar o gráfico é possível verificar que a maioria das visitas foram realizadas em inglês. Isto pode ser justificado com o facto de que, o inglês era a língua utilizada sempre que os visitantes não eram portugueses nem espanhóis. Mais ainda, quando as visitas contavam com a presença de turistas de diferentes nacionalidades, a língua de entendimento comum era por norma o inglês.

Segue-se o português, com uma percentagem de ocupação das visitas de 33%, apenas menos 5% que o inglês. O português não foi a língua mais utilizada nas visitas, apesar dos turistas nacionais terem sido os mais presentes no museu, porque como já mencionado no ponto anterior, os portugueses vinham em grupos maiores, mas menos frequentemente, ocupando assim menos visitas.

As visitas bilíngues foram também muito frequentes. Em grupos multinacionais, muitas vezes não era possível encontrar uma língua de entendimento comum. Nestes casos as visitas eram frequentemente realizadas em português e inglês, ou espanhol e inglês, devido à presença de portugueses ou espanhóis que não entendiam inglês.

Por outro lado, as visitas somente em espanhol foram indiscutivelmente as menos frequentes, tendo ocupado apenas 4% das visitas realizadas. Este acontecimento deveu-se ao facto

de que os espanhóis apareciam geralmente em grupos multinacionais e conseguiam entender o português ou inglês. Quando isto não acontecia, as visitas eram executadas em inglês e espanhol. Como se pode comprovar, foram raras as vezes em que tive de realizar visitas apenas com espanhóis.

A comunicação com os visitantes do museu envolveu uma linguagem cuidada, esta não podia ser banal, uma vez que nos encontrávamos num ambiente profissional. Assim sendo, o vocabulário que utilizei para além de ser relacionado com a história e a cultura, teve também de ser mais pensado e por vezes adaptado ao público a que me dirigia. A adaptação do vocabulário ocorria sobretudo quando a visita era realizada para um público mais jovem, nomeadamente crianças até aos 10 anos. Para este tipo de público a linguagem tinha de ser mais simples e o conteúdo do discurso tinha de ser adaptado, de forma a não ser extenso e a conter apenas a informação essencial.

A colocação correta da voz durante a comunicação com os visitantes, era também essencial, pois é importante que os visitantes consigam ouvir bem o que está a ser dito. O tom de voz convém que não seja monótono, para que as pessoas não se aborream facilmente. A pronúncia correta das palavras é algo bastante importante também, principalmente nas línguas estrangeiras, pois a pronúncia incorreta pode causar constrangimentos no entendimento da informação por parte do público. Mais ainda, o ritmo do discurso não convém ser nem demasiado acelerado, para não dar a entender que se está a despachar a visita, nem demasiado lento, para não perder a atenção do público.

Todos estes cuidados na comunicação devem ser aliados a uma atitude profissional, recetiva e suave, uma vez que a comunicação entre o guia e os visitantes, pode ser o fator determinante entre uma boa ou má experiência de visita ao local.

3.4.3. Dificuldades

Na fase inicial do estágio curricular, foram múltiplas as dificuldades que senti, tanto pela inexperiência, como pela carência de conhecimento. Principalmente durante as primeiras visitas que realizei, senti uma enorme dificuldade em responder às questões que os visitantes me apresentavam, relativamente aos objetos e pessoas relacionadas com a história do palácio. Como por exemplo: “A que família pertenceu a casa?” e “Como se chama o homem que está representado no teto do Salão Nobre?”. Estas dificuldades existiam porque, como ainda estava no

início do estágio, ainda me encontrava na fase de estudo do livro *Museu dos Biscaínhos. Roteiro*, de Teresa de Almeida d'Eça (2004), e por isso ainda estava a construir o meu conhecimento sobre a história do local.

Outra razão pela qual tive algumas dificuldades em responder a certas perguntas dos visitantes, deveu-se ao facto de que a informação necessária para responder a algumas das questões impostas, não se encontrava no livro de estudo. Como por exemplo: “Quantas divisões tem a casa?” e “Como aqueciam as divisões que não têm lareira?”. Para adquirir estas informações, tive de esclarecer as dúvidas com os restantes membros da equipa do museu, mais especificamente com os funcionários que realizam as visitas. É importante mencionar que assistir às visitas realizadas pelos guias do museu, também foi bastante útil para adquirir informação extra sobre o palácio, a família e os elementos decorativos.

A nível da comunicação, deparei-me com mais do que uma dificuldade durante o estágio curricular. Uma situação esteve relacionada com a comunicação com alguns visitantes estrangeiros. Em algumas ocasiões, tive de realizar visitas a turistas que não entendiam nenhuma das línguas em que sou fluente. Isto complicava não só a comunicação com os visitantes, mas também a realização das explicações durante a visita. Como esta situação sucedeu maioritariamente com alguns turistas franceses, a solução passou por sugerir que estes lessem os papéis informativos que se encontram em cada espaço do percurso, visto que estes se encontram traduzidos para francês.

Por outro lado, a comunicação com o público mais novo revelou também alguns desafios. Em algumas ocasiões tive de interagir com público entre os 0 - 9 anos, e numa situação tive mesmo de realizar uma visita guiada a um grupo desta faixa etária. Tendo em conta a idade deste tipo de público e as limitações que esta impõe, relativamente aos baixos níveis de atenção, conhecimento e compreensão, é necessário adaptar o discurso e o conteúdo da visita, de forma a tornar a experiência mais atrativa para as crianças. Senti bastante dificuldade em executar esta adaptação necessária do discurso e na seleção da informação mais adequada.

3.4.4. Evolução

No decorrer do estágio senti uma grande evolução, tanto a nível pessoal como profissional. No entanto, a realização das visitas foi o campo em que senti maior diferença, relativamente à

qualidade. A cada semana que passava sentia-me mais confortável na execução das visitas, menos nervosa e mais confiante no meu trabalho.

A confiança que adquiri refletiu-se na comunicação com os visitantes e na informação que partilhava com os mesmos. Por exemplo, na fase inicial, como ainda estava a aprender sobre o local, a informação que partilhava com os visitantes era bastante limitada e básica. À medida que ia aumentando o meu conhecimento, também adicionava mais informação sobre cada espaço ao meu discurso. A contínua aquisição de saber ofereceu-me inclusive o poder de selecionar a informação que, possivelmente, os visitantes considerariam mais interessante e mais importante. Para além disso, com o passar do tempo notei que o meu discurso passou a ser mais organizado e fluido.

Responder às questões dos visitantes tornou-se também mais fácil, com o passar do tempo. A incessante aprendizagem fez com que, fosse muito reduzida a possibilidade de me inquirirem sobre algo que desconhecia. Principalmente porque, normalmente, as questões das pessoas não variavam muito. Contudo, a possibilidade de isto acontecer não era nula, já que a aprendizagem é contínua.

No geral, as minhas visitas tornaram-se mais atrativas e tinham mais qualidade. Passei a conseguir liderar melhor as visitas e a mostrar um nível profissional. Consequentemente, senti que os visitantes desfrutavam mais da experiência e confiavam mais nas minhas capacidades como guia.

3.5. Atividades realizadas

Durante a minha breve passagem pelo Museu dos Biscainhos, tive a oportunidade de realizar e fazer parte de diversas atividades promovidas pelo museu. Algumas destas atividades tiveram uma base pedagógica, enquanto outras fomentaram o conhecimento e a consciencialização sobre o trabalho da equipa do museu.

3.5.1. Visita cultural por Braga

Durante a manhã do dia 29 de março de 2022, o Dr. Filipe Ferreira, Coordenador dos Serviços Educativo e Mediação Cultural, organizou uma visita pedonal por diversos pontos de

difusão cultural de Braga, com todos os estagiários do museu à data. Esta visita teve o intuito de instruir os sete estagiários, sobre a história e a cultura de Braga, de uma forma dinâmica.

Como combinado, a visita iniciou-se às 10h, do dia 29 de março, no ponto de encontro previamente definido, o Museu de Arqueologia D. Diogo de Sousa (MDDS), que era também o primeiro local a conhecer. Segundo a informação disposta no *website* deste local, o museu recebeu o nome do arcebispo D. Diogo de Sousa (1461-1532), figura que não só promoveu importantes medidas de remodelação urbanística na cidade de Braga, mas também fez as primeiras tentativas de salvaguarda dos vestígios de *Bracara Augusta*. A visita guiada ao museu foi realizada em inglês, devido à presença de estagiárias checas, e passou pela explicação e contextualização histórica das diversas coleções do museu, anteriormente mencionadas no ponto 2.1.4.2.

Figura 37 - Busto de César Augusto (MDDS)



Fonte: Autoria própria

Figura 38 - Coleção arqueológica (MDDS)



Fonte: Autoria própria

Em seguida dirigimo-nos para as Termas Romanas do Alto da Cividade (previamente mencionadas no ponto 2.1.4.1.), um sítio arqueológico musealizado, onde é possível visitar os vestígios arqueológicos das antigas Termas Romanas. Em primeiro lugar, assistimos a um vídeo explicativo sobre a construção das termas, a sua evolução e transformações sofridas, sobre a função de cada espaço e o seu enquadramento social. Terminado o vídeo procedemos para a visita dos vestígios arqueológicos das Termas e do Teatro anexo.

Figura 39 - Vestígios das Termas Romanas



Fonte: Autorial própria

Figura 40 - Vestígios do Teatro Romano



Fonte: Autorial própria

Continuamos o percurso em direção à Fonte do Ídolo. Pelo caminho passamos por diversos pontos de interesse cultural, como por exemplo:

- A Estátua de César Augusto que, de acordo com o *site* da Câmara Municipal de Braga, foi inaugurada em 2017, em homenagem ao fundador de *Bracara Augusta*, o imperador Octaviano César Augusto.
- O Museu Pio XII foi inaugurado em 1957, pelo Cónego Luciano Afonso dos Santos. O museu possui uma vasta coleção de arqueologia e de arte sacra, e uma galeria com a arte do pintor Henrique Medina (Museu Pio XII, s/d).
- O edifício do antigo Hospital e da Igreja de São Marcos, que datam do século XVIII, foram projetados por Carlos Amarante e é nesta igreja que se encontra sepultado D. Diogo de Sousa (Visit Portugal, s/d).
- O Palácio do Raio, mencionado previamente no ponto 2.1.4.1., localiza-se na mesma rua da Fonte do Ídolo.

Figura 41 - Estátua de César Augusto



Fonte: Autoria própria

Figura 42 - Museu Pio XII



Fonte: Museu Pio XII (s/d)

Figura 43 - Igreja de São Marcos



Fonte: Tiago (s/d)

Figura 44 - Palácio do Raio



Fonte: Tiago (s/d)

Figura 45 - Fonte do Ídolo vista superior



Fonte: Autoria própria

A Fonte do Ídolo foi o último local visitado do percurso cultural. Este sítio arqueológico musealizado (já tratado no ponto 2.1.4.1.), contém uma fonte romana que outrora teria sido um santuário indígena. Na chegada a este local, iniciou-se a visualização de um vídeo para melhor compreender a história e a função dos vestígios apresentados.

A realização desta visita contribuiu para a ampliação do meu conhecimento cultural e histórico sobre a cidade de Braga. De certa forma, ajudou também para o enriquecimento da minha função enquanto guia, uma vez que enquanto agente de transmissão cultural da cidade, é essencial possuir um bom entendimento deste local, para que caso seja necessário, consiga fornecer explicações históricas aos turistas. Desta forma, o Museu dos Biscainhos mostra grande interesse e preocupação com o conhecimento cultural dos seus estagiários.

3.5.2. Registo Fotográfico

Outra das atividades que realizei ao longo do meu estágio no museu, consistiu no registo fotográfico de visitas guiadas, de atividades, eventos e de material. Este tipo de tarefa é normalmente confiada aos estagiários e dividida entre os mesmos, conforme a quantidade de estagiários presentes no museu no momento, porém, pode ser executada por um outro guia ou funcionário se necessário.

3.5.2.1. De visitas guiadas

É importante recordar que as visitas normais no Museu dos Biscainhos não são guiadas, mas apenas acompanhadas por um vigilante do museu. Pelo que a informação detalhada sobre cada espaço, normalmente não é fornecida pelo acompanhante do museu, mas encontra-se nos papéis informativos também localizados em cada sala. Apenas se concretizam visitas guiadas sobre marcação prévia, e estas são geralmente realizadas a grandes grupos, frequentemente grupos escolares.

As visitas guiadas traçam o mesmo percurso que as visitas normais, no entanto, as guiadas prolongam-se mais no tempo, pois a informação partilhada é mais detalhada. As visitas guiadas cobrem não só a funcionalidade de cada espaço e a história do palácio, como também abordam o contexto social, os costumes e curiosidades da época.

Sempre que ocorre uma destas visitas, é requisitado a um estagiário que tire fotografias do acontecimento, para de seguida serem partilhadas nas redes sociais do Museu dos Biscainhos. Logo na primeira semana de estágio, foi-me solicitado que registasse a visita guiada de um dos guias profissionais do museu, especificamente a do Sr. Pedro. Durante esta primeira experiência fui acompanhada por um estagiário experiente, que me explicou o que era essencial capturar e o que deveria evitar fotografar.

Para esta tarefa era necessário ter em consideração que as fotografias seriam publicadas em redes sociais, pelo que era fundamental tentar preservar ao máximo a identidade do público geral que visita o museu. Para isto, as fotos teriam de ser tiradas na traseira do grupo, captando assim maioritariamente a parte de trás das pessoas e apenas a frente do guia, uma vez que este se posiciona frontalmente para o grupo. Esta técnica permite que o guia se destaque na foto e que apenas partes do rosto dos visitantes sejam reveladas. O uso obrigatório de máscara facilitou a tarefa de proteção de identidade, uma vez que apenas metade do rosto da pessoa fica visível. Esta medida permaneceu em vigor até finais de abril, pelo que foi necessário um cuidado acrescido na captação de fotos daí a diante.

Figura 46 - Visita guiada I



Fonte: Museu dos Biscainhos

Figura 47 - Visita guiada II



Fonte: Museu dos Biscainhos

Por outro lado, aquando do registo fotográfico, é importante tentar captar a totalidade do grupo, mais o guia, preferencialmente de um ângulo que patenteie também o esplendor de cada espaço. Por vezes, era impossível captar tudo isto numa foto. Ou seja, nem sempre era possível apanhar todo o grupo numa foto, ou porque as pessoas se encontravam muito dispersas, ou porque o grupo era muito extenso.

Figura 48 - Visita guiada III



Fonte: Museu dos Biscainhos

A realização do registo fotográfico de visitas guiadas, teve efeitos benéficos na minha função como guia, pois ao mesmo tempo que acompanhava a visita e tirava fotografias, também

ouvira a informação dada aos visitantes. Por vezes, a informação partilhada não se encontrava no livro que tinha de estudar. Assim, ao acompanhar as visitas dos guias profissionais, adquiria mais conhecimento sobre o palácio, a família, a história e os elementos decorativos expostos. Isto favoreceu as minhas visitas guiadas, pois quanto maior era o meu conhecimento, melhor conseguia responder às questões dos visitantes.

Esta atividade também me permitiu compreender melhor a função de guia. Isto é, para além de enriquecer o meu conhecimento, ainda consegui melhorar a dinâmica das minhas visitas, através da observação da forma de falar do guia, da sua forma de estar, de como cativar o grupo e liderar a visita.

3.5.2.2. De atividades/eventos

O Museu dos Biscainhos é frequentemente palco de atividades ou eventos culturais. E similarmente às visitas guiadas, por vezes é solicitado a um estagiário que tire fotografias dos acontecimentos para depois serem publicadas nas redes sociais do museu.

Figura 49 - Colocação do espantalho na Horta

No registo fotográfico de atividades ou eventos é costume também, sempre que possível, captar o público de costas, ao mesmo tempo que se engloba na fotografia o evento ou atividade a decorrer.



Fonte: Museu dos Biscainhos

A realização desta tarefa enquanto o evento/atividade decorre é uma mais valia, pois possibilita a que o estagiário adquira o conhecimento fornecido, fortalecendo as suas bases culturais para o futuro.

3.5.2.3. De material

O registo fotográfico de material, não é uma tarefa comum no Museu dos Biscainhos. Esta surgiu apenas por necessidade de organização e conhecimento do material total alusivo à propriedade do museu. Após revelada a necessidade de ajuda de um estagiário para a concretização deste trabalho, ofereci a minha colaboração de imediato para tirar fotografias.

Este projeto foi executado ao longo de duas semanas e meia, entre o final de março e início de abril, uma vez que ia fotografando os objetos à medida que estes eram marcados. No final, encaminhava as fotos do material para a Dra. Fátima Marques, dos Serviços Administrativos.

A marcação dos objetos foi realizada pela Dona Rosa Couto, dos Serviços de Manutenção do museu. E dado que fotografava os objetos à medida que estes eram marcados, significa que estava sempre acompanhada pela Dona Rosa durante a execução desta tarefa. No entanto, o facto de que muitos dos materiais fotografados eram utilizados na jardinagem, na manutenção e limpeza, fez com que tivesse a oportunidade de estar em contacto, por um período mais prolongado, com os variados membros dos Serviços de Manutenção.

Figura 50 - Marcação dos objetos



Fonte: Museu dos Biscainhos

Figura 51 - Material fotografado



Fonte: Museu dos Biscainhos

Esta experiência permitiu-me entender melhor em que consistia o trabalho de cada funcionário e como cada um contribuía para o bom funcionamento do museu. No final, adquiri consciência sobre a importância de cada cargo para a apresentação e êxito de todo o museu.

3.5.3. Preparação dos espaços para eventos

Como mencionado no ponto 3.5.2.2., o Museu dos Biscainhos é regularmente local de atividades/eventos culturais, pelo que normalmente é necessária a preparação dos espaços para a exposição e/ou realização dos eventos.

No decorrer dos três meses do meu estágio, ajudei na preparação dos espaços sempre que era necessário utilizar as cadeiras do museu e posicionar mesas, assim como na arrumação

dos mesmos objetos depois de terminado o evento. Porém, sempre que necessário, também solicitavam a ajuda de estagiários para a montagem de exposições.

Esta simples tarefa, fomentava o trabalho de grupo, onde todos trabalhavam em equipa para um único objetivo, o sucesso da atividade/evento por parte do museu. Ao juntar, por vezes, diversos membros do museu num único espaço, fortaleciam-se também os laços com os estagiários, gerando uma maior confiança.

No entanto, nem todos os eventos que ocorrem no museu são de índole cultural, visto que os espaços cedidos para atividades, podem ser alugados por entidades terceiras para qualquer tipo de evento. Para além de ter ajudado a preparar os espaços para estes acontecimentos, tive a oportunidade de participar em alguns.

Por exemplo, no dia 26 de fevereiro, foi realizada uma festa de aniversário nos jardins do palácio, onde eu fiquei encarregue de realizar a atividade “O Mistério do Palácio dos Biscainhos”, com 1/3 das 19 crianças. Contudo, o evento que mais me marcou, foi a oportunidade de participar num pedido de casamento surpresa, no dia 8 de maio. Depois de ter realizado a visita guiada estrategicamente reversa ao casal português, terminei a visita no “Salão Nobre”, que normalmente é uma das primeiras salas do percurso. Nesta sala, devidamente decorada por mim, por outra estagiária e pelo noivo, aguardava a minha colega para dar início ao vídeo preparado pelo noivo.

Figura 52 - Pedido de casamento no museu



Fonte: Autoria própria

3.5.4. Proposta de atividade educativa

Aquando do meu estágio no Museu dos Biscainhos ter sido aceite, ficou esclarecido que, após conhecer a dinâmica do museu, teria de propor uma atividade para os Serviços Educativo e Mediação Cultural, destinada para um público à minha escolha (infantil, escolar, geral, sénior, etc.). A atividade proposta, depois de testada, seria para o museu fazer uso da mesma.

Para a criação da minha proposta, achei por bem verificar primeiro o “Plano de Atividades do Serviço Educativo e Mediação Cultural – 2021/2022”, de forma a confirmar o tipo de atividades que o museu já possui. Depois de algumas semanas a analisar o público e a dinâmica, notei que o museu recebe muitas visitas escolares de diversos níveis de escolaridade e que, por vezes, os alunos se distraíam durante a visita e causavam constrangimentos à explicação do guia, com o barulho da conversa entre eles. Tendo em consideração as observações destacadas anteriormente, decidi apresentar uma atividade que fosse apelativa e ajudasse a manter os alunos concentrados durante a visita. Desta forma, escolhi dirigir a minha proposta de atividade para um público escolar, entre o 5º e o 12º ano.

Tendo em conta a minha área de estudo e a missão do Museu dos Biscainhos, optei por criar um questionário sobre as influências culturais de diversos países no Palácio dos Biscainhos, intitulado assim a minha atividade como “Biscainhos Multicultural”. Uma vez que a minha proposta se dirige a um amplo público escolar, com uma grande diferença de idades, e como o objetivo é captar a atenção dos alunos ao mesmo tempo que se divertem, criei um questionário de nível fácil. No entanto, para conseguirem responder às questões, os alunos têm de prestar atenção à visita guiada. Para facilitar, as perguntas do questionário são todas de escolha múltipla e cada questão dirige-se a um espaço do museu, detendo assim de 13 questões (Átrio; Escadaria; Sala de Entrada; Salão Nobre; Oratório; Sala do Estrado; Salão de Música e de Jogo; Gabinete; Sala de Jantar; Pátio Interior; Cavalaria; Cozinha; Jardins).

Para criar tal atividade e para a tornar mais atrativa, baseei-me na minha experiência enquanto estudante e decidi fazer o questionário na ferramenta Quizizz, uma vez que esta permite que os alunos, enquanto turma, possam competir entre si. Isto faz com que os alunos tenham mais interesse na realização do questionário e faz com que prestem atenção ao guia, originando uma visita mais agradável para ambas as partes.

No final do mês de março, apresentei a minha ideia ao Coordenador dos Serviços Educativo e Mediação Cultural, com a qual ele mostrou satisfação. Na segunda metade do mês de abril, iniciei a fase de pesquisa de informação, durante a qual recorri ao conhecimento de diversos elementos da equipa do museu e ao livro *Museu dos Biscainhos. Roteiro*, de Teresa de Almeida d’Eça (2004). Assim que terminei o questionário, enviei-o ao Dr. Filipe Ferreira, para que ele o pudesse rever. Ao receber o email com as propostas de alteração, apliquei as devidas correções. Depois de receber a aprovação, comecei a elaboração do questionário no Quizizz. No

dia 10 de maio entreguei o resultado final da atividade na ferramenta Quizizz⁵⁰, tal como se encontra no Anexo 3.

⁵⁰ <https://quizizz.com/admin/quiz/6273d7160e349d001e8f0078/biscainhos-multicultural>

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Para concluir, é possível relacionar agora a teoria analisada no Capítulo II, com o trabalho prático mencionado no Capítulo III. Tendo em conta que o meu estágio foi realizado no Museu dos Biscainhos, um local turístico da cidade de Braga, este enquadra-se no Turismo Cultural porque divulga o quotidiano do Antigo Regime, dando especial destaque à vida doméstica de uma Casa Senhorial. Deste modo, quem visita o museu procura conhecer a história do local e o estilo de vida da época. O Palácio dos Biscainhos reflete a atratividade histórica de Braga, também por ser um testemunho importante da arquitetura Barroca do século XVIII, o período mais marcante no património da cidade.

Durante os primeiros meses do estágio, ainda eram visíveis alguns dos efeitos da pandemia Covid-19 no setor turístico. Contudo, depois de levantadas as medidas de segurança, iniciou-se o retorno à normalidade. O facto de que o estágio curricular teve início a meio do mês de fevereiro, também fez com que este coincidissem com uma época relativamente calma na área do turismo no país. Porém, foi notório o aumento na afluência de turistas à medida que o tempo passava e se aproximava o verão. Na minha passagem pelo museu consegui confirmar a grande procura da cidade pelos turistas espanhóis, franceses e brasileiros, para além dos nacionais, visto que coincidem com as nacionalidades mais frequentes dos visitantes do museu.

Os projetos de tradução que realizei durante o estágio inscrevem-se, como referimos acima, na tradução turística. Os folhetos que traduzi correspondem a tipos de textos turísticos bastante comuns no turismo. A tradução de todos os projetos exigiu a tradução de elementos culturais, dado que estes visavam informar os turistas sobre o local, as exposições ou o acervo do museu. Naturalmente surgiram problemas de tradução, causados pela tradução cultural, que reafirmaram a importância da tradução profissional no turismo, para benefício da organização.

A comunicação turística foi aplicada nas suas diversas formas, durante a minha passagem pelo museu. Isto é, a comunicação escrita e visual encontra-se nos panfletos e outras informações expostas no museu, enquanto que a comunicação verbal e não verbal é introduzida no atendimento ao público, ou seja, durante as visitas no meu caso. A comunicação multilingue esteve sempre presente nas minhas visitas, já que comuniquei diariamente com falantes de várias línguas, não só com os visitantes, mas também com outros estagiários estrangeiros, e tinha frequentemente de realizar visitas em inglês ou espanhol, e por vezes visitas em duas línguas.

Como executei funções de atendimento ao público, depus uma atenção acrescida à minha imagem, atitude e linguagem, de forma a proporcionar uma boa experiência aos visitantes.

A realização do estágio curricular no Museu dos Biscainhos permitiu-me obter experiência profissional na minha área de estudo. Com a concretização da minha função de tradutora, consegui pôr em prática todas as competências que um tradutor profissional deve possuir para efetuar uma boa tradução e ainda adquirir experiência na tradução em grupo. Na execução dos projetos de tradução percebi que necessito de melhorar algumas competências, principalmente a nível da pesquisa e aquisição de informação. No decorrer do estágio, também tive contacto direto pela primeira vez com o público-alvo dos textos que traduzi, o que me ofereceu bases para futuras encomendas de tradução.

Relativamente à minha função como guia turística, como nunca tinha desempenhado tal função anteriormente, adquiri diversas competências a nível do atendimento ao público durante os três meses de estágio. Por exemplo, competências em comunicação com o público, competências a nível linguístico e na forma de lidar com os visitantes. A realização de visitas guiadas foi importante para o desenvolvimento das minhas capacidades de interação com o público e adaptação aos diferentes tipos de visitantes. Com o passar do tempo ganhei mais confiança na forma como liderava as visitas e passei a conseguir lidar melhor com quaisquer situações que requisitassem a minha intervenção ou improvisação. Todavia, acredito que a narrativa do meu discurso podia ser melhorada, mais especificamente a sua organização e conteúdo, apesar de ter evoluído bastante desde o início do estágio. No final, o meu supervisor no museu avaliou a minha prestação, nas funções de tradutora e guia, com 19 valores, como se pode confirmar no Anexo 4.

Em suma, penso que os objetivos enumerados no primeiro capítulo deste relatório foram todos alcançados, uma vez que pus em prática no estágio o conhecimento adquirido durante o mestrado, o que contribuiu para a minha formação profissional. No decorrer do mestrado e do estágio, evolui tanto a nível pessoal como profissional, através do conhecimento das línguas, da tradução, da cultura e do turismo, partilhado pelos docentes da Universidade do Minho e pela equipa do Museu dos Biscainhos. Termino assim esta etapa com uma nova perspetiva sobre o mundo laboral, no qual entro agora com experiência em tradução e atendimento ao público.

BIBLIOGRAFIA

- Abreu, J. (2017). As motivações e o perfil do visitante do município de Braga [Master's thesis, Universidade do Minho]. RepositóriUM. <https://hdl.handle.net/1822/52893>
- Albergaria, I. G. de. (2019). *A tradução da cultura para o turismo em contexto digital* [Master's thesis, Universidade do Minho]. RepositóriUM. <https://hdl.handle.net/1822/64640>
- Araújo, J. (2016, setembro 27). *Turismo Cultural*. Know.net. Enciclopédia temática. <https://know.net/terraselocais/turismo/turismo-cultural/>
- Aubert, F. H. (1995). Desafios da Tradução Cultural (As Aventuras Tradutórias do Askeladden). *Tradterm*, 2(1995), 31-44. <https://doi.org/10.11606/issn.2317-9511.tradterm.1995.49913>
- Bem-vindo ao Museu Pio XII. (s/d). *Museu Pio XII*. <https://www.museupioxii.pt/>
- “Braga é capital nacional da mobilidade jovem em Portugal”. (2019, dezembro 6). *Câmara Municipal de Braga*. <https://www.cm-braga.pt/pt/0201/home/noticias/item/item-1-10322>
- Braga é o 2.º destino europeu do ano 2019. (2019, fevereiro 6). *Turismo de Portugal*. <http://www.turismodeportugal.pt/pt/Noticias/Paginas/braga-segundo-destino-europeu-do-ano-2019.aspx>
- Breve História do Museu. (s/d). *Museu D. Diogo de Sousa*. <https://www.museuddiogodesousa.gov.pt/historia/>
- Bujes, R. (2020, março 10). *Tradução para o Setor Turístico Internacional*. Bujes traduções. <https://bujestraducoes.com.br/a-importancia-da-traducao-na-industria-do-turismo-internacional/>
- Castilho, R. (2021, fevereiro 11). *Braga, em Portugal, é eleita o Melhor Destino Europeu em 2021- saiba tudo sobre a cidade!* Melhores Destinos. <https://www.melhoresdestinos.com.br/braga-melhor-destino-2021.html>
- Charrua, V. M. V. (2011). O turismo sénior em Portugal - estudo de caso no Alentejo [Master's thesis, Universidade de Évora]. Repositório Universidade de Évora. <http://hdl.handle.net/10174/12149>
- Cidade. (s/d). *Câmara Municipal de Braga*. <https://www.cm-braga.pt/pt/0101/viver/cidade>

- Cordeiro, B., Alves, L., & Carvalho, P. (2015). O ecoturismo em Portugal: Uma análise exploratória aos agentes de animação turística e a sua particular relação com o ecobusiness. *TURyDES: Revista Turismo y Desarrollo local*, 8(18), 3-3. https://www.researchgate.net/publication/293814771_O_Ecoturismo_em_Portugal_Uma_Analise_Exploratoria_aos_Agentes_de_Animacao_Turistica_e_a_Sua_Relacao_Particular_com_o_Ecobusiness
- Costa, B. C. S. (2019). *A comunicação multilingue digital nas empresas: o papel do tradutor* [Master's thesis, Universidade do Minho]. RepositóriUM. <https://hdl.handle.net/1822/64515>
- Costa, G. (2019, abril 25). *As principais festas populares em Braga*. Brasileiras pelo Mundo. <https://www.brasileiraspelomundo.com/as-principais-festas-populares-em-braga-1901115626>
- d'Eça, T. A. (2004). *Museu dos Biscainhos. Roteiro*. (1.ª ed.). Instituto Português de Museus. <https://museudosbiscainhos.gov.pt/wp-content/uploads/2020/08/Roteiro-MB.pdf>
- Definição de 'city break'. (s/d). *Collins English Dictionary*. <https://www.collinsdictionary.com/pt/dictionary/english/city-break>
- Diniz, P. (2019, setembro 24). *Segmentação do Turismo – segmentação do mercado Turístico*. Turismologia. <http://turismologia.com.br/2019/09/24/segmentacao-do-turismo-diferentes-tipos-de-turismo-turismologia/>
- Duarte, R. M. G. (2017). *Tradução Turística* [Master's thesis, Universidade de Coimbra]. Repositório científico da UC. <http://hdl.handle.net/10316/85390>
- EN 15038. (2006). *Translation services – Service requirements*. (Versão inglesa). CEN.
- Equipe CuboUP. (s/d). *4 Tipos de Comunicação e como Melhorá-los*. CuboUp. <https://cuboup.com/conteudo/4-tipos-de-comunicacao/#2>
- Equipe editorial do Indeed. (2022, maio 2). *O que é e quais são os 4 tipos de comunicação*. Indeed. <https://br.indeed.com/conselho-de-carreira/desenvolvimento-de-carreira/comunicacao>
- Estátua de César Augusto. (s/d). *Câmara Municipal de Braga*. <https://www.cm-braga.pt/pt/1201/conhecer/historia-e-patrimonio/patrimonio-cultural/patrimonio-estatuario/item/item-1-11978>

European Best Destinations 2019. (s/d). *European Best Destinations*. <https://www.europeanbestdestinations.com/european-best-destinations-2019/>

European Best Destinations 2021. (s/d). *European Best Destinations*. <https://www.europeanbestdestinations.com/european-best-destinations-2021/>

Gastronomia e Vinhos – Apresentação. (s/d). *Câmara Municipal de Braga*. <https://www.cm-braga.pt/pt/0101/conhecer/gastronomia-e-vinhos/apresentacao>

Glossary of tourism terms. (s/d). *UNWTO*. <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms>

Gonçalves, M. S. F. (2013). *Multilinguismo. A importância dos institutos de línguas estrangeiras na definição da Diplomacia Pública* [Master's thesis, Universidade de Évora]. Repositório Universidade de Évora. <http://hdl.handle.net/10174/16077>

História do turismo. (s/d). *Economy-Pedia*. <https://pt.economy-pedia.com/11031568-tourism-history>

História. (s/d). *Museu Nogueira da Silva*. <http://www.mns.uminho.pt/index.html>

História. (s/d). *Museu Pio XII*. <https://www.museupioxii.pt/historia/>

Ibanez, F. (2021, julho 27). *Como garantir a qualidade de uma tradução para o sector turístico?* Alphatrad Portugal. <https://www.alphatrad.pt/noticias/como-garantir-qualidade-traducao-sector-turistico>

Igreja de São Marcos – Braga. (s/d). *Visit Portugal*. <https://www.visitportugal.com/pt-pt/content/igreja-de-sao-marcos-braga>

ISO 17100. (2015). *Translation services – Requirements for translation services*. (1ª Edição).

Luciana D. (2019, dezembro 5). *A segmentação turística como estratégia de posicionamento do destino*. LinkedIn. <https://pt.linkedin.com/pulse/segmenta%C3%A7%C3%A3o-tur%C3%ADstica-como-estrat%C3%A9gia-de-do-destino-de-lamare->

Marujo, N. (2012). Comunicação, Destinos Turísticos e Formação Superior. In S. Sebastião & R. Ribeiro (Eds.), *Portugal: Destino a Comunicar. A Comunicação no Turismo Português* (pp.74-88). Lisboa: ISCSP-CAPP. https://www.researchgate.net/publication/237064139_Comunicacao_Destinos_Turisticos_e_Formacao_Superior

- Marujo, N. (2015). O Estudo Académico do Turismo Cultural. *TURyDES - Revista Turismo y Desarrollo Local*, 8(18), 3-12. <http://hdl.handle.net/10174/16716>
- Matos, I. (2019, setembro 11). *Braga vive 'boom' na procura turística*. Publituris. <https://www.publituris.pt/2019/09/11/braga-vive-boom-na-procura-turistica>
- Município de Braga. (2021, julho 5). *Conselho Consultivo para Desenvolvimento do Turismo de Braga analisou desafios do sector*. Câmara Municipal de Braga. <https://www.cm-braga.pt/pt/0201/home/noticias/item/item-1-12461>
- Museus. (s/d). *Câmara Municipal de Braga*. <https://www.cm-braga.pt/pt/1201/conhecer/historia-e-patrimonio/museus>
- Nercolini, M., & Borges, A. I. (2006). Tradução Cultural: Transcrição de Si e do Outro. *Terceira Margem*, 10(14), 138-154. <https://revistas.ufrj.br/index.php/tm/article/view/15182>
- O Tesouro-Museu da Sé de Braga. (s/d). *Sé Catedral de Braga*. <https://se-braga.pt/o-tesouro-museu-da-se-de-braga/>
- Património Cultural – Apresentação. (s/d). *Câmara Municipal de Braga*. <https://www.cm-braga.pt/pt/0101/conhecer/historia-e-patrimonio/patrimonio-cultural/apresentacao>
- Património Religioso – Apresentação. (s/d). *Câmara Municipal de Braga*. <https://www.cm-braga.pt/pt/0101/conhecer/historia-e-patrimonio/patrimonio-religioso/apresentacao>
- Penalver, E. A., & Urbietta, A. S. (2019). Tourist Texts and Discourse. In E. Penalver & A. Santamaría Urbietta (Eds.), *Translation and Communication in the Promotion of Business Tourism: Emerging Research and Opportunities* (pp. 23-40). IGI Global. <https://doi.org/10.4018/978-1-7998-0142-9>
- Pereira, S. P., Alpoim, M., & Araújo, M. G. (2013). *TCAT Técnicas de Comunicação em Acolhimento Turístico - Módulos 5, 6, e 7 - Ensino Profissional*. (2013). Porto Editora. <https://recursos.portoeditora.pt/recurso?id=24155150>
- Porto Editora. (s/d). *Condado Portucalense*. Infopédia – Dicionários Porto Editora. [https://www.infopedia.pt/apoio/artigos/\\$condado-portucalense](https://www.infopedia.pt/apoio/artigos/$condado-portucalense)
- Redacção. (2022, abril 21). *Posto de Turismo de Braga regista aumento de afluência durante a Semana Santa face ao período pré-pandemia*. Correio do Minho.

<https://correiodominho.pt/noticias/posto-de-turismo-de-braga-regista-aumento-de-afluencia-durante-a-semana-santa-face-ao-periodo-pr-pandemia/137053>

Redator Rock Content. (2022, janeiro 9). *Como fazer um bom atendimento: conheça 8 dicas essenciais*. Rock Content. <https://rockcontent.com/br/blog/como-fazer-um-bom-atendimento/>

Ribeiro, M. C. F., & Martins, M. (2018). A cidade nas encruzilhadas da história. Evolução urbana de uma cidade com 2000 mil anos: Braga (Noroeste de Portugal). *Dimensões – Revista de História da Ufes*, 40(2018), 14-34. <https://hdl.handle.net/1822/55263>

Ricci, I. (2020, setembro 7). *Segmentação Turística: o que é e por que é tão importante?* Blog da Isabella Ricci. <https://blogdaisabellaricci.com.br/segmentacao-turistica-o-que-e-e-por-que-e-tao-importante/>

Rosenberger, R. (2013). *Turismo e Tradução - A Importância da Tradução na Área do Turismo* [Master's thesis, Universidade de Coimbra]. Repositório científico da UC. <http://hdl.handle.net/10316/35959>

Roteiro. (s/d). *Museu dos Biscainhos*. <https://museudosbiscainhos.gov.pt/museu/roteiro/>

Santos, L. J. (2021, fevereiro 10). *Braga eleita Destino Europeu do Ano*. Público. <https://www.publico.pt/2021/02/10/fugas/noticia/braga-eleita-destino-europeu-ano-1950097>

Seja Bem Vindo a Braga. (s/d). *Câmara Municipal de Braga*. <https://www.cm-braga.pt/pt/0101/conhecer/seja-bem-vido-a-braga>

Silva, E. M. (2017). *Posto de turismo de Braga: atendimento ao público, comunicação multilingue e tradução* [Master's thesis, Universidade do Minho]. RepositóriUM. <https://hdl.handle.net/1822/45856>

TecnoHotel Portugal. (2022, maio 20). *Tradução turística: por que é tão importante para impulsionar vendas*. <https://www.tecnohotelnews.pt/news/marketing/traducao-turistica-por-que-e-tao-importante-para-impulsionar-vendas>

Tiago. (s/d). *Top 20 dos sítios a visitar em Braga, a “cidade dos arcebispos”*. Go To Portugal. <https://gotoportugal.eu/pt/sitios-a-visitar-braga/>

- Torres, M. (2021). *O condado Portucalense e a sua dependência do reino de Leão*. RTP Ensina. <https://ensina.rtp.pt/explicador/o-condado-portucalense-e-a-sua-dependencia-do-reino-de-leao-h25/>
- Travelbagsco. (s/d). *Tipos de textos turísticos*. <https://www.travelbagsco.com/2019/12/tipos-de-textos-turisticos.html>
- Turismo: Como começou o turismo na história? (2020, setembro 28). *História*. <https://canalhistoria.pt/blogue/turismo-como-comecou-o-turismo-na-historia/>
- Universo Traduções. (2022, março 17). *Tradução turística, para que serve?* <https://universotraducoes.com/traducao-turistica-para-que-serve/>
- Visitar Braga. (s/d). *Visit Portugal*. <https://www.visitportugal.com/pt-pt/node/73738>
- Wichels, S. (2014). *Comunicação Turística: desafios e tendências na contemporaneidade. Estudo de Caso: Tenerife* [Master's thesis, Universidade de Coimbra]. Repositório científico da UC. <http://hdl.handle.net/10316/26209>
- World Tourism Organization. (2019). *UNWTO Tourism Definitions*. UNWTO. <https://doi.org/10.18111/9789284420858>

ANEXOS

Anexo 1 – Tradução do Roteiro Básico

ROTEIRO BÁSICO

BASIC GUIDE

Museu dos Biscainhos

O presente roteiro tem por objetivo uniformizar a informação a ser referida durante as visitas de acompanhamento e vigilância pelos colegas de receção e pelos estagiários.

Museu dos Biscainhos

The following guide aims at the standardisation of the information to be provided during the guided and monitored visits by the receptionists and the trainees.

Introdução

O Museu dos Biscainhos instala-se num importante conjunto patrimonial constituído por um Imóvel e Jardins, construído e ampliado ao longo dos séculos XVII e XVIII, sendo um importante testemunho do Barroco. Organiza-se em dois níveis: o andar térreo para compartimentos de serventia (trabalho) e o andar nobre e seguintes, como espaços de habitabilidade dos proprietários e de aparato.

Introduction

The Museu dos Biscainhos is housed in a distinguished heritage property consisting of a Building and its Gardens, built and enlarged throughout the 17th and 18th centuries, making it a significant testimony of the Baroque period. It is organised in two levels, the ground floor with rooms intended to serve (work) and the main floor and the above, as spaces of habitability of the owners and ostentation.

1- Átrio e Escadaria

O Átrio é a entrada nobre, sendo o espaço de acesso de carruagens e cavalos. Apresenta cinco esculturas em granito, conhecidas como “figuras de convite”, que fazem uma receção aos

visitantes, dentro do gosto da época. O pavimento tem gravados desenhos geométricos para embelezamento e para evitar a queda dos cavalos.

A escadaria promove a ligação entre os dois níveis, sendo revestida de painéis de azulejos que datam do século XVIII. Apresentam temas mitológicos, exóticos (orientais com turbantes) e de galantearia.

Lobby and Staircase

The Lobby is the stately entrance, being the space of access for carriages and horses. It shows five granite sculptures, known as “welcoming figures”, who receive visitors, in a style typical of the age. The floor has geometrical designs engraved for its embellishment and to prevent the horses from falling.

The staircase establishes a connection between both levels, lined with *azulejos* (tiles) panels that date from the 18th century. They display mythological, exotic (Orientals with turbans) and gallantry themes.

2- Sala de Entrada

A Sala de Entrada servia para os visitantes aguardarem enquanto não eram encaminhados, por pajens, até aos donos da casa, segundo a etiqueta da época.

Entrance Hall

The Entrance Hall was for the visitors to wait until they were taken by pages, to the lords of the house, according to the etiquette of the era.

3- Salão Nobre

O Salão Nobre reúne componentes que caracterizaram o Barroco: a azulejaria, a talha e a pintura e destinava-se às ocasiões de maior cerimónia, como bailes, banquetes e receções.

As paredes revestidas de painéis de azulejos com cenas de caça, de pesca e de galanteria e o teto é em madeira e tem uma pintura a óleo de homenagem ao Beato Miguel de Carvalho, jesuíta que foi martirizado no Japão e que pertencia à família proprietária do palácio. A autoria da pintura é atribuída ao pintor portuense Manuel Furtado de Mendonça e data de 1724.

Great Hall

The Great Hall brings together all the features that characterised the Baroque style: *azulejos* (tiles), woodcarving and painting, and it was intended for occasions of greater ceremony, such as balls, banquets, and receptions.

The walls are lined with *azulejos* (tiles) panels, which depict hunting, fishing, and gallantry scenes. The wooden ceiling displays an oil painting in homage to the beatified Miguel de Carvalho, a Jesuit who was martyred in Japan and belonged to the family that owned the palace. The authorship of the painting is attributed to the Oporto painter Manuel Furtado de Mendonça and it dates back to 1724.

4- Oratório

Espaço reservado à devoção, mostrando-nos o fervor religioso da época. Apresentam-se diversos objetos de cariz religioso, o qual chamamos atenção para o móvel-oratório, típico destes espaços.

Oratory

Reserved space for devotion, which shows us the religious fervour of the era. Several objects of religious nature are laid out, among which we call attention to the oratory cabinet, characteristic of these spaces.

5- Sala do Estrado

Desde a Idade Média que se manteve em Portugal o hábito da mulher se sentar no chão ou em estrados, de pernas cruzadas. Esta tradição, de influência islâmica, perdurou até meados do século XVIII. Nestes espaços de intimidade feminina a mulher dedicava-se a atividades como bordar, tecer, leitura, entre outras.

Dais Room

Since the Middle Ages, the habit of women sitting cross-legged on the floor or on a dais had persisted in Portugal. This tradition, of Islamic influence, lasted until the middle of the 18th century. In these feminine intimate spaces, women dedicated themselves to activities such as embroidering, weaving, reading, amongst others.

6- Salão de Música e de Jogo

O Salão de Música e de Jogo destinava-se a reuniões da nobreza nas quais a música (cantada e tocada) e o jogo eram frequentes. Essas reuniões tinham o nome de «Função» ou «Assembleia» e, a partir da 2.^a metade do século XVIII, juntavam senhoras e senhores. Os jogos como partidas de xadrez, de damas e de dominó, cartas e gamão eram muito frequentes. Nas ocasiões festivas, serviam-se refeições acompanhadas de chá, chocolate e café em peças de porcelana chinesa da Dinastia Qing (século XVIII).

Music and Games Rom

The Music and Games Room was used for nobility meetings in which the music (sung and played) and the game were frequent. These meetings were called *Função* (Function) or *Assembleia* (Assembly) and, as of the second half of the 18th century, ladies and lords would get together. Games such as chess, draughts and dominoes, cards and backgammon were very frequent. On festive occasions, the meals were served with tea, chocolate, and coffee in pieces of Chinese porcelain from the Qing Dynasty (18th century).

7- Gabinete

A Casa Senhorial possuía habitualmente uma Biblioteca, também designada de Livraria, em que se incluía o cartório, que consistia no conjunto de documentos respeitantes ao património familiar e respetiva administração. Seria também o gabinete de curiosidades para expor/guardar objetos especiais.

Office

The Manor House usually possessed a *Biblioteca*, also known as *Livraria* (Library), which included the cabinet, consisting of a collection of documents relating to the family assets and respective administration. It would also be the cabinet of curiosities to exhibit/keep special objects.

8- Sala de Jantar

A Sala de Jantar como espaço fixo para tomar as refeições surgiu em Portugal provavelmente a partir de meados do século XVIII. Até então, as refeições eram servidas em diferentes compartimentos da casa de acordo com a disposição dos donos. Os lacaios deslocavam as mesas

que cobriam com os têxteis, usando serviços de estanho e de prata, e de cerâmica (europeia e chinesa).

Nos banquetes, a apresentação dos pratos era especialmente elaborada e os alimentos em abundância. Todas as refeições eram geralmente servidas por lacaios ou escravos, numerosos nestas casas, habitualmente trajando ricas librés (fardas).

Dining Room

The Dining Room as a fixed meal area probably appeared in Portugal from the middle of the 18th century. Until then, meals would have been served in different rooms according to the mood of the masters of the house. The servants would move the tables around, which they would set with fabrics and tableware made of tin, silver, and ceramic (European and Chinese).

In the banquets, the presentation of the dishes was rather elaborate, and the food was abundant. Every meal was usually served by servants or slaves, who were numerous in these houses, typically dressed in fancy *librés* (liveries).

9- Pátio Interior

Pátio interior, típico destas casas e denunciando a influência islâmica e do sul da Europa na arquitetura portuguesa. Um espaço de ar livre, centralizado por chafariz onde todas as alas da casa se encontravam e onde as fidalgas podiam apanhar ar, sem serem observadas por olhares externos.

Inner Courtyard

The inner courtyard was very typical of these houses and reveals the Islamic and Southern European influences in Portuguese architecture. It is an open-air area, with a fountain in the centre where every wing of the house met and where noblewomen could enjoy the open air, safe from the exterior prying eyes.

10-Cavalariça

A Cavalariça é uma adaptação realizada no século XIX, substituindo a que se situava no átrio do palácio. Os espaços para cinco cavalos são definidos por baias em madeira rematadas

superiormente por cabeças de cavalos em ferro, existindo recipientes para palha suspensos da parede em forma de cestas.

Nas casas senhoriais existiam habitualmente cavalos, mulas, burros ou mesmo bois, para transporte. O meio de transporte presente é um carro de cavalos britânico do século XIX.

Stables

The Stables are an adaptation made in the 19th century, to replace the one located in the lobby of the palace. The room for five horses is divided into wooden stalls, which in the upper-most section exhibit iron horses' heads, with containers for straw suspended from the wall in the form of metal baskets.

Manor Houses would customarily have horses, mules, donkeys or even bulls for transport. The means of transport on display is a British horse-drawn-carriage from the 19th century.

11-Cozinha

A cozinha do Museu dos Biscainhos é da primeira metade do século XVIII. Apresenta interiormente o arco da grande chaminé na qual se inserem dois fornos de parede, um armário embutido com prateleiras em ferro e um orifício de escoamento no fundo. A restante área apresenta um tanque com carranca (rosto barbado) e três outros, de menor dimensão, encastrados no pavimento.

A alimentação dos nobres dos séculos XVII e XVIII era muito abundante, incluindo diferentes tipos de carne (também a caça), de peixe e de marisco. Legumes, ovos, natas e queijos completavam a dieta da nobreza.

Kitchen

The kitchen of the Museu dos Biscainhos is from the first half of the 18th century. Inside can be seen the arch of the large chimney into which are inserted two wall ovens, a built-in cupboard incorporating iron shelves and a drainage hole at bottom. The remaining area includes a tank with a gargoyle (bearded face) and three others of smaller dimension, set into the stone flooring.

The diet of the nobleman in the 17th and 18th centuries was extremely varied, including different types of meat (including game meat), fish and seafood. Vegetables, eggs, cream, and cheese completed the aristocrat's diet.

12- Jardins

Os jardins barrocos do Museu dos Biscainhos são um dos mais importantes de Portugal. Estão organizados em três patamares: o Terreiro e o Jardim Formal; o Pomar e a Horta, sendo rematados, no limite Oeste, por muralhas sugerindo um baluarte Seiscentista.

O Terreiro foi um espaço de intenso movimento de lacaios, cavalos e de carruagens e tem um chafariz com taça de formato oval, com repuxos de água, definindo quatro meninos atlantes.

O Jardim Formal apresenta um labirinto geométrico de canteiros em buxo, duas casas de fresco formadas por japoneiras e um pavilhão de jardim.

O Pomar tem uma árvore secular com cerca de 300 anos, um Tulipeiro da Virgínia. Na época, era considerada como uma planta exótica muito apreciada pela nossa nobreza. Na Horta cultivavam-se legumes e plantas medicinais e aromáticas.

Gardens

The Baroque gardens of the Museu dos Biscainhos are one of the most important in Portugal. They are organised in three levels: the Terrace and Formal Garden; the Orchard and Kitchen Garden, which are finished off, in the western limit, with walls suggesting a 17th century fortress.

The Terrace was a space of constant movement of servants, horses, and carriages and it contains a fountain with an oval basin and four Atlas children, from which the water spouts.

The Formal Garden has a geometrical maze with box hedges, two summer houses surrounded with camellias and a garden pavilion.

The Orchard has a nearly 300-year-old tree, a tulip tree from Virginia. At the time, it was considered an exotic plant highly appreciated by the Portuguese nobility. In the Kitchen Garden, vegetables and medicinal and aromatic plants were grown.

Anexo 2 – Folhetos informativos

- **Textos de Partida**

ÁTRIO E ESCADARIA

REPRESENTAÇÃO E PODER

Este espaço representava o poder da família que aqui habitava, e constituiu-se como um pátio interior para acesso de carruagens.

O átrio integra cinco esculturas em granito, denominadas de "figuras de convite" que rececionavam os visitantes, de acordo com o gosto do séc. XVIII. No pavimento foram gravados motivos geométricos, com uma dupla intenção, de embelezamento e de evitar a queda dos cavalos que, atrelados às carruagens entravam neste espaço de desembarque dos passageiros. As argolas metálicas encastradas nas pilastras serviam para reter os cavalos no local.

A escadaria ligava a zona sóbria do piso térreo ao andar nobre e foi revestida de painéis de azulejos azuis e brancos datados da primeira metade do século XVIII. Os azulejos são atribuídos a António Vital Rifarto, e representam temas mitológicos, exóticos e de galanteria.

No patamar superior os dois ferros cravados no pavimento, junto das duas portas de entrada no andar nobre, serviam para limpar o calçado.

LOBBY AND STAIRCASE

REPRESENTATION AND POWER

Representing the power of the family that lived in the house, the Lobby imposes itself as a stately entrance, being a survivor of the inner courtyard where carriages would once have entered. The space incorporates five granite sculptures, characteristic "welcoming figures" who receive visitors, in a style very typical of the age.

The floor is engraved with geometric designs for the dual purpose of beautifying and to prevent horses falling.

The Staircase connects floors with the luminous splendour of the blue and white tile panels that line the walls, featuring themes of mythology, exoticism and gallantry.

ATRIUM ET ESCALIER

REPRÉSENTATION ET POUVOIR

Symbole du pouvoir de la famille qui habitait la maison, l'atrium s'imposait comme une entrée noble, survivance d'un cour intérieur d'accès aux carrosses.

L'espace comprenait cinq sculptures en granite, des «figures d'invitation», qui accueillait les visiteurs, d'après le goût de l'époque.

Le sol est gravé de motifs géométriques, avec une double intention, de le décorer et d'empêcher la chute des chevaux.

L'escalier fait l'articulation entre les deux étages avec un lumineux panneau de carreaux bleus et blancs qui tapissent les murs, avec des thèmes mythologiques, exotiques et de la galanterie.

SALÃO NOBRE

OPULÊNCIA E FESTA

O Salão Nobre do Palácio reúne os principais componentes que caracterizaram o Barroco bracarense: a azulejaria, a talha e a pintura. Este compartimento simboliza o esplendor e a festa e terá sido encomendado pelo Deão D. Francisco Pereira da Silva, no primeiro quartel do século XVIII.

As paredes com um revestimento de painéis de azulejos datados do primeiro quartel de 1700. A temática é essencialmente de momentos galantes, jardins e em paisagens, cenas de montaria e caça, referenciadoras da ocupação da nobreza da época.

A destacar, a pintura ornamental a óleo, que reveste o teto em abóbada, em madeira de castanho, atribuível ao pintor português Manuel Furtado de Mendonça, ou a uma escola bracarense por ele inspirada. Trata-se de um teto comemorativo e de homenagem a um antepassado da família que habitou a casa, o Beato Miguel de Carvalho, jesuíta que foi martirizado no Japão tendo sido queimado numa fogueira. Ao centro da composição está representado o Beato de rosto barbado e com os braços erguidos presos a um poste, tendo junto de si homens e labaredas de fogo. A cena é enquadrada por enrolamentos vegetalistas, meninos (putti) e pássaros esvoaçantes, motivos tipicamente barrocos.

GREAT HALL

OPULENCE AND POMP

The Great Hall brings together all the features that characterised the Baroque style in Braga: azulejos (tiles), woodcarving and painting. The room, with all its splendour, was commissioned by Dean D. Francisco Pereira da Silva in the first quarter of the 18th century as part of the work to enlarge and enhance the family residence. In this space, society was received with balls, banquets and receptions.

The walls are lined with azulejo (tile) panels, dated from the first quarter of the 18th century. The subject matter is essentially moments of gallantry in gardens and landscapes, horseriding and hunting scenes, and activities of the nobility of the era. Standing out is the ornamental oil painting that covers the chestnut wood ceiling with a vault design created by the painter Manuel Furtado de Mendonça. The ceiling commemorates and pays homage to a family ancestor Miguel de Carvalho, a Jesuit who was martyred at the stake in Japan.

SALLE DES FÊTES

OPULENCE ET POMPE

La salle de fêtes rassemblait les éléments qui caractérisent le style baroque de Braga: le travail du carrelage, la sculpture et la peinture. La salle de fêtes, avec toute sa splendeur, a été commandée par le doyen D. Francisco Pereira da Silva, au 18e siècle, dans le cadre des travaux d'agrandissement et d'amélioration de la maison de sa famille. Ici, la société était reçue pour les bals, les banquets et les réceptions.

L'espace a des murs recouverts de panneaux de tuiles datant du premier quart du 18e siècle. Le thème est essentiellement celui des moments galants dans les jardins, les scènes d'équitation et de chasse, les activités de la noblesse de l'époque.

A noter la peinture à l'huile, qui recouvre le plafond, en bois de châtaignier, attribuable à l'exécution du peintre Manuel Furtado de Mendonça. Il s'agit d'un plafond commémoratif et d'hommage à un ancêtre de la famille Miguel de Carvalho, un jésuite qui a été martyrisé par le feu au Japon.

SALA DO ESTRADO

OBEDIÊNCIA E DISCRICÃO

No século XVII início XVIII, por influência da cultura árabe peninsular e judaico-cristã, a fidalga portuguesa tinha uma posição social subalterna e vivia enclausurada no interior da casa.

Na casa portuguesa existiam estrados, onde a Senhora e todo o grupo feminino da casa passavam o dia fiando, bordando e conversando. Sobre tapetes, rodeavam-se de almofadas confeccionadas com tecidos sumptuosos ou couro artísticos, e de peças requintadas como contadores e escritórios, cuja dimensão se adaptava à posição da mulher sentada.

Na ambiência da sala, ressalta o contacto de Portugal com o Oriente.

DAIS ROOM

OBEDIENCE AND DISCRETION

For socio-cultural reasons the influence of Arab and Judeo-Christian culture, the Portuguese noblewoman lived enclosed inside the house.

In the Portuguese house there were platforms, where the Lady and the entire female group in the house spent the day spinning, embroidering and talking. On rugs, they were surrounded by pillows made of sumptuous fabrics or artistic leathers, and exquisite pieces such as counters and offices, whose dimensions were adapted to the position of the woman seated.

In the ambience of the room, Portugal's contact with the Orient stands out.

CHAMBRE DE L'ESTRADE

OBÉISSANCE ET DISCRÉTION

Pour des raisons socioculturelles d'origine mauresque et judéo-chrétienne ancestrale, les femmes noble portugaises vivaient à l'intérieur de la maison.

Dans la maison portugaise, il y avait des estrades, où la maîtresse et les autres femmes de la maison passaient la journée à broder et parler. Sur de riches tapis, les femmes s'entouraient de beaux coussins faits de tissus somptueux ou de peaux artistiques, et de pièces exquises, comptoirs et bureaux, dont la taille s'adaptait à la position de la femme assise.

Toute l'ambiance de la pièce évoque le contact entre Portugal et l'Orient.

GABINETE

PATRIMÓNIO E CULTURA

A Casa Senhorial possuía uma Biblioteca, também designada de Livraria, em que se incluía o cartório com os documentos respeitantes ao património familiar e a sua administração. Neste espaço destacam-se os azulejos neoclássicos (Séc. XIX) o teto ornamental de estuques relevados com uma pintura central que simboliza o inverno, e publicações encadernadas a couro, dos séculos XVII e XVIII.

OFFICE

HERITAGE AND CULTURE

The Manor House had a Library, also known as a Bookstore, which included the registry with documents relating to the family patrimony and its administration. In this space, the highlights are the 19th century tiles, the ornamental stucco ceiling relieved with a central painting that symbolises winter, and leather-bound publications from the 17th and 18th centuries.

BUREAU

PATRIMOINE ET CULTURE

La Maison possédait une bibliothèque, également appelée Librairie, qui comprenait un bureau avec les documents relatifs au patrimoine familial et à l'administration. Dans cet espace, les aspects les plus importants sont les carreaux du 19e siècle, le plafond ornamental en stuc relevé d'une peinture centrale qui symbolise l'hiver et les livres reliés en cuir des 17-18e siècles.

PÁTIO INTERIOR

AUSTERIDADE E NATUREZA

O pátio proporcionava às fidalgas do século XVII o contacto com o ar livre e a proteção dos olhares exteriores.

O Pátio apresenta-se como o polo aglutinador das diferentes alas do palácio, para o qual todas convergem. De estrutura granítica apresenta-se como uma galeria de dois pisos. No centro do pátio um chafariz de taça circular e motivo escultórico, com cabeças de querubins de cujos lábios jorra água.

A revestir as paredes do 2.º piso do pátio, apresentam-se lambris de azulejos portugueses, do século XVII, em policromia de azul, amarelo e branco, com motivo ornamental, conhecido como de "tapete", na sequência da tradição de revestimentos parietais de tapeçarias e tecidos lavrados.

INNER COURTYARD

AUSTERITY AND NATURE

The Inner Courtyard presents itself as a connection and circulation space between all the wings of the palace. This two-story gallery opens to an outdoor space, centred by a fountain.

These inner courtyards allowed women to enjoy nature and protect them from outside eyes.

PATIO INTÉRIEUR

AUSTÉRITÉ ET NATURE

Le Patio Intérieur se présentait comme un espace de connexion et de circulation entre toutes les ailes du palais. Cette galerie de deux étages s'ouvre sur un espace extérieur, centré par une fontaine.

Ces patios intérieurs permettaient aux femmes de profiter de la nature et de les protéger des regards extérieurs.

COZINHA

ANCESTRALIDADE E GASTRONOMIA

A cozinha do Museu dos Biscainhos é da primeira metade do século XVIII sendo assinalada no "Mappa da Cidade de Braga Primas".

No arco da grande chaminé inserem-se dois fornos de parede, um armário embutido integrando prateleiras em ferro e um orifício de escoamento no fundo.

Destacam-se um tanque com carranca granítica de onde jorrava água essencial às múltiplas funções do compartimento, e três outros encastrados na laje do pavimento e igualmente fornecedores de água.

Aqui se confecionavam caldos, assados, guisados, estufados, empadões e cozidos, em receitas simples e complexas. A carne era o alimento principal acompanhada de pão, e a partir da segunda metade do século XVIII, de arroz e batata. Os legumes variados da horta, ovos, natas e queijos completavam a dieta da nobreza.

KITCHEN

ANCESTRALITY AND REFINEMENT

The kitchen is from the first half of the 18th century.

Inside, there is the arch of the large fireplace with two built-in ovens. The space also includes three reservoirs, the largest with a granite figure, from which the water flowed.

Here, broths, sausages, roasts, stews, pies were made in simple or complex recipes. Meat was the main food along with bread and, from the second half of the 18th century onwards, rice and potatoes. A variety of garden vegetables, eggs, cream and cheese complemented the nobility's diet.

CUISINE

ANTIQUITÉ ET RAFFINEMENT

La cuisine est de la première moitié du 18e siècle.

A l'intérieur se trouve l'arche de la grande cheminée avec deux fours encastrés. L'espace comprend également trois réservoirs, le plus grand avec une figure de granit, d'où coulait l'eau.

Ici, bouillons, saucisses, rôtis, ragoûts, tartes étaient réalisés dans des recettes simples ou complexes. La viande était l'aliment principal avec le pain et, à partir de la seconde moitié du 18e siècle, le riz et les pommes de terre. Une variété de légumes du jardin, des œufs, de la crème et du fromage complétaient l'alimentation de la noblesse.

- **Textos de Chegada**

ÁTRIO E ESCADARIA

REPRESENTAÇÃO E PODER

Este espaço representava o poder da família que aqui habitava e constitui-se como um pátio interior para acesso de carruagens.

O átrio integra cinco esculturas em granito, denominadas de “figuras de convite”, que rececionavam os visitantes de acordo com o gosto do séc. XVIII. No pavimento foram gravados motivos geométricos com uma dupla intenção, de embelezamento e de evitar a queda dos cavalos que, atrelados às carruagens, entravam neste espaço de desembarque dos passageiros. As argolas metálicas encastradas nas pilastras serviam para reter os cavalos no local.

A escadaria ligava a zona sóbria do piso térreo ao andar nobre e foi revestida de painéis de azulejos azuis e brancos, datados da primeira metade do século XVIII. Os azulejos são atribuídos a António Vital Rifarto, e representam temas mitológicos, exóticos e de galantearia.

No patamar superior, junto das duas portas de entrada no andar nobre, os dois ferros cravados no pavimento serviam para limpar o calçado.

LOBBY AND STAIRCASE

REPRESENTATION AND POWER

The Lobby represents the power of the family that lived in the house and imposes itself as a stately entrance, having once functioned as an inner courtyard where carriages would have entered.

The space incorporates five granite sculptures who receive visitors, known as “welcoming figures”, in a style very typical of the 18th century. The floor is engraved with geometric designs for the dual purpose of beautifying it and to prevent horses from falling. The metal rings incorporated in the pilasters were used to keep the horses in place.

The Staircase connects the floors with the luminous splendour of the blue and white early 18th century *azulejos* (tiles) panels. These tiles, which are a creation of António Vital Rifarto, line the walls featuring themes of mythology, exoticism and gallantry.

On the upper level, by the two entrance doors, there are two iron pieces inserted on the floor to clean the shoes.

ATRIUM ET ESCALIER

REPRÉSENTATION ET POUVOIR

Symbole du pouvoir de la famille qui habitait la maison, l'atrium s'imposait comme une entrée noble, survivance d'une cour intérieure d'accès aux carrosses.

L'espace comprenait cinq sculptures en granite, des «figures d'invitation», qui accueillaient les visiteurs, d'après le goût de l'époque.

Le sol est gravé de motifs géométriques, avec une double intention, de le décorer et d'empêcher la chute des chevaux.

L'escalier fait l'articulation entre les deux étages avec un lumineux panneau de carreaux bleus et blancs qui tapissent les murs, avec des thèmes mythologiques, exotiques et de la galanterie.

HALL Y ESCALERA

REPRESENTACIÓN Y PODER

Este espacio representaba el poder de la familia que aquí vivía y tenía la función de patio interior que permitía la entrada de carruajes.

El Hall posee cinco esculturas de granito, conocidas como “figuras de recepción” que recibían los visitantes, según el estilo del siglo XVIII. En el piso, están grabados motivos geométricos que sirven para embellecer y para prevenir la caída de los caballos. Las argollas en las pilastras servían para amarrar los caballos.

La Escalera conectaba la planta baja al piso noble y fue revestida de paneles de azulejos azules y blancos, de la primera mitad del siglo XVIII. Los azulejos, de la autoría de António Vital Rifarto, representan temas mitológicos, exóticos y de galantería.

En el piso superior, junto a las dos puertas de entrada, se encuentran dos hierros clavados en el suelo que servían para limpiar los zapatos.

SALÃO NOBRE

OPULÊNCIA E FESTA

O Salão Nobre do Palácio reúne os principais componentes que caracterizam o Barroco bracarense: a azulejaria, a talha e a pintura. Este compartimento simboliza o esplendor e a festa, e terá sido encomendado pelo Deão D. Francisco Pereira da Silva, no primeiro quartel do século XVIII.

As paredes estão revestidas de painéis de azulejos, que datam do primeiro quartel de 1700. A temática é essencialmente de momentos galantes em jardins e paisagens, e cenas de montaria e caça, referenciadoras da ocupação da nobreza da época.

A destacar, a pintura ornamental a óleo que reveste o teto em abóbada, em madeira de castanho, atribuível ao pintor portuense Manuel Furtado de Mendonça, ou a uma escola bracarense por ele inspirada. Trata-se de um teto comemorativo e de homenagem a um antepassado da família que habitou a casa, o Beato Miguel de Carvalho, jesuíta que foi martirizado no Japão tendo sido queimado numa fogueira. Ao centro da composição está representado o Beato de rosto barbado e com os braços erguidos, presos a um poste, tendo junto de si homens e labaredas de fogo. A

cena é enquadrada por enrolamentos vegetalistas, meninos (putti) e pássaros esvoaçantes, motivos tipicamente barrocos.

GREAT HALL

OPULENCE AND POMP

The Great Hall brings together all the features that characterised the Baroque style in Braga: *azulejos* (tiles), woodcarving and painting. The room, with all its splendour, was commissioned by the Dean D. Francisco Pereira da Silva in the first quarter of the 18th century, as part of the work to enlarge and enhance the family residence. In this space, society was received with balls, banquets and receptions.

The walls are lined with *azulejos* (tiles) panels, dating from the first quarter of the 18th century. The subject matter is essentially moments of gallantry in gardens and landscapes, horseriding, and hunting scenes, which are activities of the nobility of the era.

Standing out is the ornamental oil painting that covers the chestnut wood ceiling, with a vault design, created by the painter Manuel Furtado de Mendonça. The ceiling commemorates and pays homage to a family ancestor, the beatified Miguel de Carvalho, a Jesuit who was martyred at the stake in Japan. At the centre of the composition, Miguel de Carvalho is represented with a bearded face and his arms are raised, tied to a stake, and is surrounded by men and flames. This scene is framed by elements of nature, children (putti) and flying birds, which are typical Baroque motifs.

SALLE DES FÊTES

OPULENCE ET POMPE

La salle de fêtes rassemblait les éléments qui caractérisent le style baroque de Braga: le travail du carrelage, la sculpture et la peinture. La salle de fêtes, avec toute sa splendeur, a été commandée par le doyen D. Francisco Pereira da Silva, au 18e siècle, dans le cadre des travaux d'agrandissement et d'amélioration de la maison de sa famille. Ici, la société était reçue pour les bals, les banquets et les réceptions.

L'espace a des murs recouverts de panneaux de tuiles datant du premier quart du 18e siècle. Le thème est essentiellement celui des moments galants dans les jardins, les scènes d'équitation et de chasse, les activités de la noblesse de l'époque.

À noter la peinture à l'huile, qui recouvre le plafond, en bois de châtaignier, attribuable à l'exécution du peintre Manuel Furtado de Mendonça. Il s'agit d'un plafond commémoratif et d'hommage à un ancêtre de la famille Miguel de Carvalho, un jésuite qui a été martyrisé par le feu au Japon.

SALÓN NOBLE

OPULENCIA Y FIESTA

El Salón Noble del Palacio reúne los principales componentes que caracterizan el Barroco de la ciudad de Braga: la azulejería, la talla y la pintura. Este compartimiento, que simboliza el esplendor y la fiesta, fue encomendado por el Deán D. Francisco Pereira da Silva, en la primera mitad del siglo XVIII.

Las paredes están revestidas de paneles de azulejos, que datan de la primera mitad del siglo XVIII. La temática es esencialmente de momentos galantes en jardines y paisajes, y de escenas de caza, que hacen referencia a las ocupaciones de la nobleza de la época.

Se destaca la pintura ornamental de óleo, en madera de castaño, que reviste el techo en bóveda. Esta pintura se atribuye al pintor de Oporto, Manuel Furtado de Mendonça, o a una escuela de la ciudad de Braga que fue inspirada en él. Se trata de un techo conmemorativo y de homenaje al Beato Miguel de Carvalho, un antepasado de la familia que vivió en la casa. Él fue martirizado en Japón, habiendo sido quemado en la hoguera por ser jesuita. Al centro de la composición, se encuentra representado el Beato, de rostro barbado y de brazos erguidos atados a un poste. Junto a sí, se encuentran hombres y llamaradas de fuego. La escena es encuadrada por motivos típicamente barrocos, como elementos de vegetación, niños (putti) y pájaros volando.

SALA DO ESTRADO

OBEDIÊNCIA E DISCRIÇÃO

No século XVII – início do XVIII, por influência da cultura árabe peninsular e judaico-cristã, a fidalga portuguesa tinha uma posição social subalterna e vivia enclausurada no interior da casa.

Na casa portuguesa existiam estrados, onde a Senhora e todo o grupo feminino da casa passavam o dia fiando, bordando e conversando. Sobre tapetes, rodeavam-se de almofadas confeccionadas com tecidos sumptuosos ou couros artísticos, e de peças requintadas, como contadores e escritórios, cuja dimensão se adaptava à posição da mulher sentada.

Na ambiência da sala ressalta o contacto de Portugal com o Oriente.

DAIS ROOM

OBEDIENCE AND DISCRETION

In the 17th – beginning of the 18th centuries, due to the influence of Arab and Judeo-Christian culture, for social-cultural reasons, the Portuguese noblewoman lived secluded inside the house.

In the Portuguese house, there were platforms where the Lady and the entire female group of the house spent the day spinning, embroidering and talking. On rugs, they were surrounded by pillows made of sumptuous fabrics or artistic leathers, and exquisite pieces such as counters and offices, whose dimensions were adapted to the position of the woman seated.

Portugal's contact with the Orient stands out in the atmosphere of the room.

CHAMBRE DE L'ESTRADE

OBÉISSANCE ET DISCRETION

Pour des raisons socioculturelles d'origine mauresque et judéo-chrétienne ancestrale, les femmes noble portugaises vivaient à l'intérieur de la mansion.

Dans la mansion portugaise, il y avait des estrades, où la maîtresse et les autres femmes de la maison passaient la journée à broder et parler. Sur de riches tapis, les femmes s'entouraient de beaux coussins faits de tissus somptueux ou de peaux artistiques, et de pièces exquises, comptoirs et bureaux, dont la taille s'adaptait à la position de la femme assise.

Toute l'ambiance de la pièce évoque le contact entre Portugal et l'Orient.

SALA DE LA TARIMA

OBEDIENCIA Y DISCRECIÓN

En el siglo XVII – principio del siglo XVIII, por influencia de la cultura árabe peninsular y judaico-cristiana, la hidalga portuguesa tenía una posición social subalterna y vivía enclaustrada en el interior de la casa.

En la casa portuguesa existían tarimas, donde la Señora y todo el grupo femenino de la casa pasaban el día hilando, bordando y hablando. Sobre alfombras, se rodeaban de almohadas confeccionadas con tejidos lujosos o cueros artísticos, y de piezas exquisitas, como contadores y despachos, cuya dimensión se adaptaba a la posición de la mujer sentada.

En el ambiente de la sala resalta el contacto de Portugal con el Oriente.

GABINETE

PATRIMÓNIO E CULTURA

A Casa Senhorial possuía uma Biblioteca, também designada de “Livraria”, em que se incluía o cartório com os documentos respeitantes ao património familiar e à sua administração. Neste espaço destacam-se os azulejos neoclássicos (séc. XIX), o teto ornamental de estuques relevados com uma pintura central que simboliza o inverno, e publicações encadernadas a couro dos séculos XVII e XVIII.

OFFICE

HERITAGE AND CULTURE

The Manor House had a Library (Biblioteca), also known as a “Livraria”, which included a cabinet with documents relating to the family patrimony and its administration. The highlights of this space include the 19th century tiles, the ceiling with relieved ornamental stucco, which has a central painting that symbolises winter, and the leather-bound publications from the 17th and 18th centuries.

BUREAU

PATRIMOINE ET CULTURE

La Maison possédait une bibliothèque, également appelée «Librairie», qui comprenait un bureau avec les documents relatifs au patrimoine familial et à l’administration. Dans cet espace, les aspects les plus importants sont les carreaux du 19e siècle, le plafond ornamental en stuc relevé d’une peinture centrale qui symbolise l’hiver et les livres reliés en cuir des 17-18e siècles.

DESPACHO

PATRIMONIO Y CULTURA

La Casa Señorial poseía una Biblioteca, también denominada de “Librería”, donde se incluía el bargueño con los documentos respectivos al patrimonio familiar y a su administración. En este espacio se destacan los azulejos neoclásicos del siglo XIX, el techo ornamental de estucos relevados con una pintura central que simboliza el invierno, y publicaciones encuadernadas a cuero de los siglos XVII y XVIII.

PÁTIO INTERIOR

AUSTERIDADE E NATUREZA

O Pátio Interior proporcionava às fidalgas do século XVII, o contacto com o ar livre e a protecção dos olhares exteriores.

O Pátio apresentava-se como o polo aglutinador das diferentes alas do palácio, para o qual todas convergem. De estrutura granítica, apresenta-se como uma galeria de dois pisos. No centro do pátio há um chafariz de taça circular e motivo escultórico, com cabeças de querubins de cujos lábios jorra água.

A revestir as paredes do 2º piso do pátio, apresentam-se lambris de azulejos portugueses do século XVII, em policromia de azul, amarelo e branco, com motivo ornamental, conhecido como “tapete”, na sequência da tradição de revestimentos parietais de tapeçarias e tecidos lavrados.

INNER COURTYARD

AUSTERITY AND NATURE

The Inner Courtyard allowed noble women from the 17th century to enjoy nature and protected them from prying eyes.

The Inner Courtyard presents itself as a connection and circulation space between all the wings of the palace. This granite structure shows itself as a two-story area. At the centre, there is a fountain of circular basin and sculptural motif, with cherub heads from whose lips water comes out.

Covering the second-floor walls of the Inner Courtyard, there are 17th century Portuguese *azulejos* (tiles) panels in blue, yellow and white polychrome, with ornamental motif, known as “carpet” due to the tradition of mural decorating tapestry and embroidered fabrics.

PATIO INTÉRIEUR

AUSTÉRITÉ ET NATURE

Le Patio Intérieur se présentait comme un espace de connexion et de circulation entre toutes les ailes du palais. Cette galerie de deux étages s'ouvre sur un espace extérieur, centré par une fontaine.

Ces patios intérieurs permettaient aux femmes de profiter de la nature et de les protéger des regards extérieurs.

PATIO INTERIOR

AUSTERIDAD Y NATURALEZA

El Patio Interior proporcionaba a las hidalgas del siglo XVII, el contacto con el aire libre y la protección de las miradas externas.

El Patio se presenta como aglutinador de las diferentes alas del palacio, para el cual todas convergen. De estructura granítica, se presenta como una galería de dos pisos. Al centro del patio hay una fuente de base circular y motivo escultórico, con cabezas de querubines de cuyos labios brota agua.

A revestir las paredes del 2º piso del patio, hay paneles de azulejos portugueses del siglo XVII, en policromía de azul, amarillo y blanco, con motivo ornamental, conocido como “alfombra”, a causa de la tradición de revestimientos parietales de tapicerías y tejidos labrados.

COZINHA

ANCESTRALIDADE E GASTRONOMIA

A cozinha do Museu dos Biscainhos é da primeira metade do século XVIII, sendo assinalada no “Mapa da Cidade de Braga Primas”.

No arco da grande chaminé inserem-se dois fornos de parede, um armário embutido integrando prateleiras em ferro e um orifício de escoamento no fundo.

Destacam-se um tanque com carranca granítica de onde jorrava a água essencial às múltiplas funções do compartimento, e três outros encastrados na laje do pavimento, igualmente fornecedores de água.

Aqui se confeccionavam caldos, assados, guisados, estufados, empadões e cozidos, em receitas simples e complexas. A carne era o alimento principal, sendo acompanhada de pão, e a partir da segunda metade do século XVIII, de arroz e batata. Os legumes variados da horta, ovos, natas e queijos completavam a dieta da nobreza.

KITCHEN

ANCESTRALITY AND REFINEMENT

The kitchen is from the first half of the 18th century.

Inside of the arch of the large fireplace, there are two built-in ovens, a built-in cupboard with iron shelves and a drainage hole at the bottom.

The space also includes a large reservoir with a granite figure, from which flowed water essential to the numerous functions of the room, and three others built-in on the floor that provided water as well.

This is where broths, roasts, stews, sausages and pies were cooked, in simple and complex recipes. Meat was the main food, served with bread, and from the second half of the 18th century, with rice and potatoes. A variety of garden vegetables, eggs, cream and cheese complemented the nobility's diet.

CUISINE

ANTIQUITÉ ET RAFFINEMENT

La cuisine est de la première moitié du 18e siècle.

A l'intérieur se trouve l'arche de la grande cheminée avec deux fours encastrés. L'espace comprend également trois réservoirs, le plus grand avec une figure de granit, d'où coulait l'eau.

Ici, bouillons, saucisses, rôtis, ragoûts, tartes étaient réalisés dans des recettes simples ou complexes. La viande était l'aliment principal avec le pain et, à partir de la seconde moitié du 18e siècle, le riz et les pommes de terre. Une variété de légumes du jardin, des œufs, de la crème et du fromage complétait l'alimentation de la noblesse.

COCINA

ANCESTRALIDAD Y GASTRONOMIA

La cocina del Museu dos Biscainhos es de la primera mitad del siglo XVIII.

En el arco de la gran chimenea existen dos hornos de pared, un armario empotrado con estantes en hierro y un agujero de escurrimiento al fondo.

Se destaca una pila con mascarón granítico, de donde salía el agua esencial a las múltiples funciones de la habitación, y otras tres encastradas en el suelo, que también proveían agua.

Aquí se confeccionaban caldos, asados, guisados, estofados y cocidos, en recetas simples y complejas. La carne era el alimento principal, que iba acompañada de pan, y a partir de la segunda mitad del siglo XVIII, de arroz y patata. Las legumbres variadas de la huerta, huevos, natas y quesos completaban la dieta de la nobleza.

Anexo 3 – Proposta de atividade educativa

Biscainhos Multicultural

- 1- No **Átrio**, as duas “figuras de convite” das extremidades figuram...
 - a. Alabardeiros.
 - b. Porteiros ou Pajens.
 - c. Indígenas/Ameríndios.
- 2- Os temas exóticos nos azulejos da **Escadaria** representam...
 - a. Deuses romanos.
 - b. Orientais com turbantes.
 - c. Cenas do cotidiano.
- 3- Os bustos pintados no teto da **Sala de Entrada** retratam...
 - a. Imperadores romanos.
 - b. Deuses gregos.
- 4- O Beato Miguel de Carvalho, representado no **Salão Nobre**, foi martirizado...
 - a. No Brasil.
 - b. Em Portugal.
 - c. No Japão.
- 5- O crucifixo no **Oratório** é...
 - a. Indo-português.
 - b. Francês.
 - c. Chinês.
- 6- A tradição presente na **Sala do Estrado**, da mulher se sentar no chão ou em estrados, sobre tapetes de pernas cruzadas, é de influência...
 - a. Japonesa.
 - b. Islâmica.
 - c. Chinesa.
- 7- A porcelana chinesa presente no **Salão de Música e de Jogo** é da Dinastia...
 - a. Qing.
 - b. Ming.
 - c. Yuan.

- 8-** No **Gabinete** expunham-se objetos especiais e curiosidades...
- a. Das colónias.
 - b. Do oriente.
 - c. De todo o mundo.
- 9-** Qual a origem do relógio em bronze dourado do estilo Império, que se encontra na **Sala de Jantar**?
- a. Inglesa.
 - b. Francesa.
 - c. Espanhola.
- 10-** O **Pátio Interior** tem influências da organização e arquitetura...
- a. Grega.
 - b. Oriental.
 - c. Italiana.
- 11-** Na **Cavaliária**, a carruagem é do estilo...
- a. Inglês.
 - b. Francês.
 - c. Português.
- 12-** As cerâmicas na **Cozinha** são...
- a. Chinesas.
 - b. Portuguesas.
- 13-** Nos **Jardins**, na zona do Pomar, encontra-se um Tulipeiro secular. De que Estado Norte Americano é originária esta árvore?
- a. Califórnia.
 - b. Virgínia.
 - c. Florida.

Anexo 4 – Avaliação da estagiária

Nome da Aluna/Estagiária: Rute Alexandra Silva Machado

Número de Aluna: PG43667

Sistema de Avaliação:

Insuficiente: 0 a 9

Suficiente: 10 a 13

Bom: 14 a 17

Muito Bom: 18 a 20

Assiduidade e Pontualidade

(Coloque um X na opção que se aplica. Se não se aplicar, escreva “não se aplica”.)

	Insuficiente	Suficiente	Bom	Muito Bom
Assiduidade				x
Pontualidade				x

Competências Profissionais

(Coloque um X na opção que se aplica. Se não se aplicar, escreva “não se aplica”.)

	Insuficiente	Suficiente	Bom	Muito Bom
Capacidade técnica			x	
Enquadramento e adaptação à função				x
Qualidade do trabalho				x
Cumprimento de objetivos				x
Cumprimento de prazos				x

Competências Pessoais

(Coloque um X na opção que se aplica. Se não se aplicar, escreva “não se aplica”.)

	Insuficiente	Suficiente	Bom	Muito Bom
Relação com colegas				x
Trabalho em grupo				x
Espírito de iniciativa			x	
Trabalho sob pressão			x	
Integração/adaptação à organização				x

Avaliação Quantitativa Global do Estágio

19 valores

Comentários/Observações

A Rute ao longo do Estágio foi demonstrando elevada adaptabilidade, disponibilidade, empatia e responsabilidade. Ao longo do estágio também houve um reforço e maior à vontade na comunicação com os diferentes grupos de participantes em atividades e visitantes. Estas competências associadas ao aumento de autoconfiança e reforço de atitude positiva fizeram com que o trabalho realizado fosse uma mais valia nas atividades que participou e trabalhos que realizou.

Supervisor na Instituição

Assinado por: JOSÉ FILIPE PEREIRA FERREIRA

Num. de Identificação: 12350458

Data: 2022.05.18 14:27:40+01'00'