

Universidade do Minho
Escola de Letras, Artes e Ciências Humanas

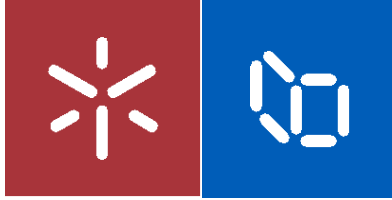
Alexandra Lopes O papel da tradução no desenvolvimento turístico das cidades

Alexandra Rodrigues Lopes Cunha

O papel da tradução no desenvolvimento turístico das
cidades

UMinho | 2022

dezembro 2022



Universidade do Minho

Escola de Letras, Artes e Ciências Humanas

Alexandra Rodrigues Lopes Cunha

O papel da tradução no desenvolvimento turístico das cidades

Relatório de Estágio

Mestrado em Tradução e Comunicação Multilíngue

Trabalho efetuado sob a orientação da

Prof. Doutora Maria Jesus Quintas Reis Cabral

dezembro 2022

DIREITOS DE AUTOR E CONDIÇÕES DE UTILIZAÇÃO DO TRABALHO POR TERCEIROS

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

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

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



Atribuição-NãoComercial
CC BY-NC

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

AGRADECIMENTOS

À minha família por nunca me cortar as asas e sempre me incentivar a voar mais alto e mais longe. Obrigada por acreditarem sempre em mim.

Aos professores do ELACH com quem aprendi muito ao longo destes cinco anos na Universidade do Minho. Obrigada por todos os ensinamentos.

À minha orientadora, a Professora Doutora Maria Jesus Quintas Reis Cabral, por me ter guiado ao longo deste percurso. Obrigada pelo voto de confiança e pelo apoio incansável.

À Divisão de Turismo da Câmara Municipal de Guimarães e a todos os trabalhadores do Posto de Turismo que me acolheram tão bem ao longo destes meses. Obrigada por toda a bagagem que levo graças a vocês.

À Lígia, que tão rapidamente se tornou uma amiga. Obrigada por todas as experiências que vivi graças a ti, por acreditares em mim e por tudo o resto, tu sabes.

À Diana, a minha parceira de estágio, com quem tive a sorte de partilhar a secretária. Obrigada por todas as gargalhadas, por todos os desabafos e por todo o companheirismo e amizade.

À Mariana e à Joana, as minhas pequenitas. Obrigada por terem tornado as minhas últimas semanas de estágio tão alegres.

À Tininha, uma das melhores pessoas que conheci e que foi, sem dúvida, uma ajuda e um apoio fundamental. Obrigada pela mão amiga.

A todos os colegas que se tornaram amigos ao longo da caminhada por este templo do saber. Obrigada por tornarem a minha vida académica tão bonita.

Por último, mas não menos importante, aos meus anjos da guarda que iluminaram esta jornada desde o primeiro dia. Obrigada por estarem aí a olhar por mim. Com muita saudade.

DECLARAÇÃO DE INTEGRIDADE

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

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

RESUMO

Este relatório, realizado no âmbito do Mestrado em Tradução e Comunicação Multilíngue, decorre do estágio curricular realizado no Posto de Turismo de Guimarães pertencente à Divisão de Turismo da Câmara Municipal de Guimarães. O principal objetivo é contextualizar e analisar as atividades realizadas ao longo de quatro meses, sendo elas a tradução de documentos turísticos, o atendimento ao público e a dinamização de atividades no Posto de Turismo.

Assim sendo, pretende-se enquadrar conceitos como Tradução, Turismo e Comunicação Multilíngue de forma a sustentar as atividades realizadas no decorrer do estágio, apresentar a entidade acolhedora, as funções desempenhadas pela mesma, seguindo-se uma abordagem teórica sobre o papel da tradução no desenvolvimento turístico das cidades, sendo a cidade de Guimarães o objeto de estudo.

O presente relatório visa apresentar, ainda, uma experiência bastante enriquecedora e positiva do estágio curricular que conferiu trabalho nas minhas principais áreas de interesse: a tradução e o turismo.

Palavras-chave: Comunicação Multilíngue, Guimarães, Posto de Turismo, Tradução, Turismo.

ABSTRACT

This report, written as part of the Master's in Translation and Multilingual Communication, is the result of a curricular internship carried out at the Guimarães Tourism Office, part of the Tourism Division of Guimarães City Hall. The main purpose is to contextualize and analyze the activities carried out over four months, namely the translation of tourism documents, customer service, and the promotion of activities at the Tourism Office.

Therefore, it is intended to frame concepts such as Translation, Tourism and Multilingual Communication to support the activities carried out during the internship, to present the host entity, the functions performed by it, followed by a theoretical approach on the role of translation in the tourist development of cities, with the city of Guimarães as the object of study.

This report also aims to present a very enriching and positive curricular internship experience that provided work in my main areas of interest: translation and tourism.

Keywords: Multilingual Communication, Guimarães, Tourism Office, Translation, Tourism.

Índice

1. Introdução	1
1.1. Contexto	1
1.2. Objetivos	1
1.3. Estrutura do relatório	2
2. Parte I – Enquadramento teórico	3
2.2. Introdução	3
2.2. – A tradução	3
2.2.1. – O tradutor turístico	5
2.2.2. – A tradução de textos turísticos	6
2.3. – O turismo	8
2.4. – Conclusão	11
3. Parte II – O estágio curricular	13
3.1. – Introdução	13
3.2. – A entidade acolhedora	13
3.3. – Plano de estágio	15
3.4. – Tarefas realizadas	16
3.4.1. – Tradução	17
3.4.2. – Quiz interativo	18
3.4.3. – Atendimento ao turista	19
3.4.4. – Outras atividades	20
3.5. – Conclusão	21
4. Parte III - O papel da tradução no desenvolvimento turístico das cidades	22
4.1. – Introdução	22
4.2. – O turismo na cidade de Guimarães	23
4.3. – Estatísticas dos postos de turismo	28

4.3.1. – Organização das estatísticas	28
4.3.2. – Análise de dados estatísticos	29
4.3.2. – Balanço dos dados recolhidos.....	33
4.4. – Conclusão	34
5. Considerações finais.....	36
6. Bibliografia	38
7. Anexos	40
8. Apêndices	54

Índice de Figuras

Figura 1 - Organograma CMG	14
Figura 2 - Afluência aos Postos de Turismo	24
Figura 3 - Taxa de Ocupação-Quarto (O.Q.)	25
Figura 4 - Visitação de Equipamentos Culturais	26
Figura 5 - Visitação aos principais Monumentos, Museus e Sítios Arqueológicos	27
Figura 6 - Estatísticas do mês de março.....	30
Figura 7 - Estatísticas do mês de abril.....	31
Figura 8 - Estatísticas do mês de maio.....	32
Figura 9 - Estatísticas do mês de junho.....	33

Índice de Tabelas

Tabela 1 - Tradução PT-EN	17
Tabela 2 - Tradução PT-ES	18

Índice de Anexos

Anexo 1 - Mapa da Cidade (frente)	40
Anexo 2 - Mapa da Cidade (verso)	40
Anexo 3 - Guia da Cidade em várias línguas	41
Anexo 4 - “Use It” (espanhol, português e inglês)	42
Anexo 5 - Mapa da Montanha da Penha (inglês, português, francês e espanhol)	42
Anexo 6 - Mapa das Caldas das Taipas (português, inglês, francês e espanhol)	43
Anexo 7 - Mapa de São Torcato (inglês, português, francês e espanhol)	43
Anexo 8- Rota das Camélias (espanhol, português, inglês e francês)	44
Anexo 9 - Rota do Enoturismo (inglês, português, espanhol e francês)	44
Anexo 10 - Guia de Percursos Pedestres (português, inglês e espanhol)	45
Anexo 11 - Participação na visita com os Guias-Intérpretes de Portugal.....	45
Anexo 12 - Participação na European RoboCup 2022	46
Anexo 13 - Tradução da brochura “Guimarães - Museus e Sítios Arqueológicos” (inglês).....	47
Anexo 14 - Tradução da brochura “Guimarães - Museus e Sítios Arqueológicos” (espanhol).....	50
Anexo 15 - Avaliação final do estágio por parte da Entidade Acolhedora	53

Índice de Apêndices

Apêndice A - Quiz Interativo “Abrir Horizontes”	54
---	----

1. Introdução

O presente relatório foi realizado no âmbito do Mestrado em Tradução e Comunicação Multilíngue e o principal objetivo é descrever o estágio curricular realizado no Posto de Turismo da Praça de S. Tiago em Guimarães, bem como apresentar as tarefas realizadas durante o mesmo. Para além disso, pretende-se abordar dois conceitos principais, o de tradução e o de turismo, bem como a relação entre eles, uma vez que o estágio visou a realização de tarefas onde os conhecimentos e ferramentas sobre tradução e comunicação multilíngue pudessem ser aplicados no âmbito do turismo. Finalmente, prevê-se uma análise do turismo na cidade de Guimarães de forma a perceber qual o papel e a importância da tradução neste setor.

1.1. Contexto

O desenvolvimento do turismo foi estabelecido como sendo uma estratégia popular para o crescimento da economia mundial (Antonakakis, Dragouni & Filis, 2015, p.142) razão pela qual se torna hoje particularmente pertinente cruzar áreas de estudo que a ele estão intimamente associadas, como é o caso da área da tradução.

A forte relação de proximidade entre o turismo e as línguas e culturas oferece oportunidades desafiantes de crescimento, mas também um acréscimo de responsabilidade na divulgação de informação. Nesse sentido, é necessário um foco sobre a tradução de cariz turístico, que se oferece, como veremos, como uma ferramenta essencial para transmitir conhecimento de uma língua e cultura para outra. Neste contexto, o tradutor é uma figura relevante e mesmo indispensável, pois assume um papel mediador na troca fiável de informação. Um texto bem traduzido é crucial para satisfazer as expectativas do turista, uma vez que quebra a barreira linguística que existe entre ele e o destino que visita.

1.2. Objetivos

Os principais objetivos deste relatório consistem em perceber a relação tradução-turismo, áreas de interesse e relevância no Mestrado em Tradução e Comunicação Multilíngue, bem como a sua importância para o desenvolvimento do setor turístico e cultural das cidades.

Nesse sentido, iremos descrever o estágio curricular realizado que teve como pilares os conceitos supramencionados e a aplicação profissional dos mesmos. Os principais objetivos do

estágio foram, então, aplicar os conhecimentos teóricos ao nível da tradução e comunicação multilingue no contexto do turismo, tanto através da tradução de textos turísticos, como através do atendimento ao público e da criação de dispositivos multilingue.

1.3. Estrutura do relatório

O presente relatório está dividido em três partes principais. Na primeira parte será apresentado um enquadramento teórico que pretende definir os dois principais conceitos de interesse para este relatório: tradução e turismo, e perceber melhor a relação entre ambos. Será abordado, com mais detalhe, o conceito de tradução de textos turísticos bem como tudo o que engloba (principais características, o tradutor turístico, objetivos) e o conceito de turismo cultural, modalidade de turismo que importa enfatizar.

A segunda parte centra-se na descrição do estágio curricular. É apresentada a entidade acolhedora – Divisão de Turismo da Câmara Municipal de Guimarães –, o plano de estágio e, com mais detalhe, as tarefas realizadas ao longo do mesmo, culminando numa conclusão sobre toda a experiência.

Por último, na terceira parte serão apresentadas as respostas e conclusões relativas à problemática do papel da tradução no desenvolvimento turístico das cidades, tendo como objeto de estudo e análise a cidade de Guimarães. Será então feito um apanhado sobre o turismo na cidade ao longo dos anos, uma análise das estatísticas recolhidas nos postos de turismo da cidade e, por fim, as respetivas conclusões.

O relatório será finalizado com uma conclusão sobre os conteúdos teóricos abordados ao longo de todo o relatório bem como uma avaliação qualitativa do estágio realizado, seguindo-se as referências bibliográficas, os anexos e os apêndices.

2. Parte I – Enquadramento teórico

Nesta parte do relatório prevê-se uma abordagem da relação entre tradução e turismo, nomeadamente no âmbito da tradução de textos turísticos e do turismo cultural, matérias de interesse no decorrer do estágio curricular levado a cabo.

Assim sendo, será dedicada uma primeira parte ao conceito de tradução, atentando mais especificamente sobre a tradução de textos turísticos bem como o papel do tradutor turístico enquanto mediador linguístico e cultural. De seguida, será apresentado o conceito de turismo enfatizando o turismo cultural e as características que lhe são atribuídas.

2.2. Introdução

Desde sempre o ser humano foi confrontado com problemas de comunicação linguística e cultural. São exemplo disso os exploradores europeus que viajaram para a Ásia e para a América e que, num primeiro contacto, recorreram à língua gestual para comunicarem numa tentativa de se compreenderem mutuamente (Rubel & Rosman, 2003, p.1). Atualmente, com o crescimento do turismo cultural, compreende-se a necessidade de simplificar esta comunicação.

A aproximação de culturas poderá, então, depender de uma tradução bem conseguida, o que só será possível se o tradutor for capaz de espelhar a cultura de partida na língua de chegada, sem alterar em demasia o texto original e sem comprometer a compreensão do mesmo na cultura de chegada. Almela (2013, p.235) sublinha que: “Debemos considerar la traducción turística como un elemento de mediación y de unión entre los turistas y el lugar que visitan y reflexionar sobre la necesidad de traducciones turísticas de calidad (...)”.

2.2. – A tradução

Não existe apenas uma definição do termo “tradução”, uma vez que existe uma multiplicidade de formas e domínios de aplicação da mesma. No campo das línguas, este termo agrega alguns significados como expõe Munday (2022, p.8): “(1) o campo disciplinar ou fenómeno (‘eu estudei tradução na universidade’), (2) o produto (‘publicaram a tradução árabe do relatório’), (3) o processo de produzir a tradução (‘serviços de tradução’).”

Podemos, ainda, caracterizar a tradução como um conceito multifacetado e uma atividade complexa, oferecendo inúmeras abordagens, simultaneamente objeto e disciplina de estudo e uma prática em crescente desenvolvimento.

Encontramos na bibliografia sobre o tema diferentes definições para o termo tradução. Alguns autores consideram a tradução como uma atividade entre línguas, outros consideram-na uma atividade textual, há quem a defina como um ato de comunicação ou ainda como um processo. Aubert (1998) afirma que:

“A tradução, como qualquer outro ato de comunicação (...) é algo que ocorre entre indivíduos e entre grupos sociais. (...) é, também, algo que tem lugar entre culturas, ideologias e visões de mundo distintas. (...) é, à evidência, algo que se expressa em orações, sintagmas e palavras.” (Aubert, 1998, p.99)

Hurtado Albir (2001, p.25), por sua vez, descreve a tradução como “(...) una habilidad, un *saber hacer* que consiste en saber recorrer el proceso traductor, sabiendo resolver los problemas de traducción que se plantean en cada caso. (...) más que un *saber* es un *saber hacer* (...)”.

Por sua vez, Munday (2022, p. 250) caracteriza, de forma sucinta, a tradução como sendo acima de tudo, comunicação e refere ainda que:

“(...) translation is not limited to the words on the page. It is an intercultural and interlinguistic product of a complex process that involves human and institutional agents (author, commissioner, translator, editor, revisor, patron, political institutions and so on) operating in specific sociocultural, geographical and historical conditions.” (Munday, 2022, p. 250)

No âmbito deste relatório e tendo em consideração o contexto de intervenção e aplicação prática a uma realidade, podemos considerar que “traduzir” consiste em transpor uma mensagem original de uma língua de partida para outra de chegada tendo em conta critérios de equivalências e não visando a produção de uma mensagem totalmente idêntica. Assim sendo, serão consideradas três questões que Hurtado Albir (2001, p.28) coloca na reflexão seguinte sobre o ato de traduzir: “Porquê, para quê e para quem se traduz?”. De acordo com a autora, traduz-se

porque as línguas e culturas são diferentes, traduz-se para comunicar e, por último, traduz-se para alguém que não conhece a língua e cultura de um determinado texto. Para além disso, Hurtado Albir (2001, p. 28-29) sublinha que:

“(…) cualquier reflexión sobre la traducción no puede perder de vista cuatro presupuestos básicos: 1) la razón de ser de la traducción es la diferencia entre las lenguas y las culturas; 2) la traducción tiene una finalidad comunicativa; 3) la traducción se dirige a un destinatario que necesita de la traducción al desconocer la lengua y la cultura en la que está formulado el texto original; 4) la traducción se ve condicionada por la finalidad que persigue y esta finalidad varía según los casos.”

O leque vasto e variado de definições mostra bem que o conceito de tradução é um conceito complexo e multifacetado mas, ao mesmo tempo, é possível compreender as suas principais características: um processo entre textos, um ato de comunicação e uma atividade cognitiva.

2.2.1. – O tradutor turístico

A tradução de textos turísticos não pode ser feita por uma pessoa que apenas “sabe falar línguas” uma vez que este tipo de traduções vai muito para além disso, implicando o conhecimento de terminologia específica e diversa característica do destino que está a ser apresentado. Este tipo de tradução deve, então, ser feito por um tradutor profissional e só assim se poderá garantir uma tradução fidedigna.

O tradutor deve ser capaz de apresentar um destino turístico usando uma linguagem acessível e compreensível e usando termos simples e intuitivos. Para além disso, deve ser extremamente competente ao nível linguístico e comunicativo, tanto na língua de partida como na língua de chegada, para que a mensagem que se pretende transmitir não se perca na tradução. Assim sendo, o papel do tradutor turístico é o de apresentar ao turista, na sua língua materna ou numa que este melhor compreenda, os costumes, a gastronomia, os detalhes próprios da cultura de partida, tendo sempre em mente que é necessário conferir um conhecimento exímio da mesma.

Em suma, o tradutor turístico tem de conferir conhecimentos acerca de características culturais, tradições, serviços de lazer e qualquer outro tipo de atividade direcionada ao turista e deve ser capaz de traduzir um vasto campo de vocabulário de diferentes áreas temáticas tais como

arte, história, cultura, gastronomia, hotelaria, etc. Deve ainda ser metuculoso e criativo para traduzir com rigor as emoções presentes no texto de partida para que a mensagem não seja perdida no texto de chegada. De um modo geral, o tradutor deve ser capaz de adaptar a mensagem que está a traduzir de forma que esta seja compreendida nas língua e cultura de chegada, mantendo-se fiel ao texto de partida tendo em conta a mensagem que pretende passar para uma realidade cultural completamente diferente.

Estes critérios imprescindíveis para obter traduções de qualidade vão de encontro às competências exigidas aos tradutores profissionais pela Norma Europeia de Qualidade para Serviços de Tradução (EN-15038) que dita que o tradutor deve agregar as seguintes competências:

1. Competência na tradução – capacidade de traduzir um texto de uma língua de partida para uma língua de chegada de acordo com os critérios acordados com o cliente;
2. Competência linguística e textual nas línguas de partida e de chegada – compreensão e domínio dos dois sistemas linguísticos, conhecimento das convenções ao nível dos tipos de texto e capacidade de aplicar este conhecimento durante a produção de textos;
3. Competência na pesquisa, aquisição e tratamento de informações – capacidade de adquirir de forma eficiente os conhecimentos linguísticos e especializados que são necessários para compreender o texto de partida e elaborar o texto de chegada;
4. Competência cultural – referente à capacidade do tradutor utilizar informações do ambiente cultural, os comportamentos e os sistemas de valores que caracterizam as culturas de partida e de chegada;
5. Competência técnica – capacidade de realizar traduções especializadas e profissionais, utilizando ferramentas atuais de tecnologia de informação e de recolha de terminologia.

2.2.2. – A tradução de textos turísticos

A atividade turística faz com que sejam produzidas imensas traduções em todo o mundo, especialmente nos destinos com uma maior afluência de visitantes (Bugnot, 2005, p.15). Em algum ponto das suas vidas, a grande maioria das pessoas já foi turista quer no próprio país quer

do outro lado do mundo e, nesse momento, sentiu necessidade de recorrer a textos que, originalmente não foram escritos na sua língua materna, mas foram de grande utilidade durante a sua estadia no destino escolhido.

A principal função dos textos turísticos é informar o turista sobre um ou vários locais a visitar num determinado destino numa linguagem informal, acessível e adaptada ao público-alvo. De acordo com Rosenberger:

“O texto turístico é um texto heterogéneo, cujas funções principais são as de informar e de apelar, frequentemente num estilo linguístico informal, pelo que a tradução de um texto turístico tem de cumprir a função publicitária na língua e na cultura de chegada.” (Rosenberger, 2013, p. 25)

Por sua vez, Kelly (1997, p.35) define um texto turístico como sendo “any text published by a public or private organization of any kind intended a) to give information to any kind of visitor or b) to advertise a destination (city, hotel, restaurant, etc.) and encourage visitors to go there”. Isto engloba vários tipos de textos tais como brochuras, guias turísticos, menus, programas de eventos, etc.

Alizadeh (2011, p. 261) afirma que o texto turístico deve ser curto, bem organizado, visualmente agradável e atrativo para afetar o leitor. O autor acrescenta ainda que, idealmente, o texto turístico deve ser informativo, intrigante, realista, prático, cultural, educacional, humorístico e até mesmo poético.

Surge, então, a necessidade de desenvolver estratégias que facilitem a troca de informação de uma língua para outra. Isto é, para que o turista consiga encontrar informações sobre os destinos que pretende visitar, é necessário compreender o que lhe é apresentado, daí a ser necessário que existam textos turísticos em várias línguas. A tradução surge, então, para satisfazer a necessidade de culturas com diferenças linguísticas comunicarem entre si sem que existam falhas e inconvenientes durante esse processo. Importa referir que, nesta área, há que ter atenção à maneira como são traduzidos os textos, não podendo apenas ser uma transposição de palavras de uma língua de partida para uma língua de chegada. Caso a informação não seja bem

transmitida, o turista não terá oportunidade de conhecer devidamente o local e não terá vontade de voltar ou de recomendá-lo.

A tradução de textos turísticos visa produzir um texto com o mesmo valor que o original. Desta forma, este tipo de tradução deve ser visto como um fenómeno não só cultural, mas também social, uma vez que cada cultura vê o mundo de forma diferente. De acordo com Muñoz (2012, p.108), os chamados “culturemas” – que podemos definir, segundo Nadal como quaisquer elementos culturais específicas de um país ou de um domínio cultural (Nadal, 2009, p.94) -, constituem um problema de tradução bastante comum neste tipo de texto, pois o seu principal objetivo é aproximar o turista da cultura do texto original procurando a diferenciação da mesma seja através da gastronomia, da música, dos costumes, etc. Nestes casos, em que é necessário traduzir referências culturais, é comum manter-se o termo original “para añadir un aspecto exótico y despertar la curiosidad del turista (...) para permitir el reconocimiento del término en la realidad local” (Muñoz, 2012, p.108). Quando assim acontece, o tradutor pode optar por duas estratégias sendo que a primeira consiste em oferecer uma breve explicação do termo para que o turista perceba o seu significado, e a segunda estratégia consiste em omitir essa explicação. Explicar ou não o termo irá depender se este é utilizado e conhecido na cultura de chegada. Por exemplo, não seria necessário explicar o que é um “pastel de nata” por ser um termo popularizado e um doce conhecido fora do nosso país, mas, por outro lado, talvez fizesse sentido explicar o que são “tripas à moda do Porto” ou “arroz de sarrabulho”, termos menos conhecidos.

Assim sendo, cabe ao tradutor definir a melhor estratégia para atender às necessidades do turista, optando por estratégias diferentes tendo em conta o público-alvo de forma a conferir ao texto profissionalismo e qualidade. “Saber fazer corresponder a mensagem de partida ao contexto social, político e cultural de chegada, adequando-o a toda a sua conjuntura, confere ao texto a qualidade esperada e o cumprimento do seu objetivo primário.” (Albergaria, 2019, p.23).

2.3. – O turismo

O turismo começa a ser lentamente considerado uma “atividade humana geradora de múltiplos efeitos” (Cunha, 2010, p.2) sendo que é nos finais do século XIX e inícios do século XX que aparecem as primeiras tentativas de o definir enquanto conceito. Com a sua expansão e desenvolvimento enquanto atividade económica surge a necessidade de o definir para, assim, o

compreender e explicar. Algumas definições priorizam os aspetos económicos, outras os sociais e culturais, outras os antropológicos e outras ainda os geográficos (Cunha, 2010, p.2).

Autores e investigadores tentaram definir “turismo” numa tentativa de caracterizar esta atividade complexa (Cunha, 2010, p.1) e perceber quais os elementos que o compõe, o que fez com que fossem elaboradas diversas definições, cada uma delas sublinhando diferentes aspetos da mesma atividade. Historicamente falando, o primeiro conceito que surgiu foi o de “turista” sendo que as tentativas de definir “turismo” surgem mais tarde, tendo como principal referência o “turista”. Surge, então, a necessidade de definir ambos os termos de forma individual uma vez que o “turista” passou a ser usado para fins estatísticos e o “turismo” para identificar uma atividade (Cunha, 2010, p.4). Apesar das inúmeras definições do termo “turismo” que foram surgindo ao longo dos anos, o que é de veras importante é conceber uma definição universal e consensual.

A primeira definição terá sido da autoria de Herman Von Schullern zu Schratthofen, um economista austríaco que definiu o turismo como sendo “o conjunto de todos os fenómenos, em primeiro lugar de ordem económica, que se produzem pela chegada, estada e partida de viajantes numa comuna, província ou um estado determinado e, por consequência estão diretamente ligadas entre eles” (1910, citado por Cunha, 2010, p.9-10). Como é perceptível, esta definição prioriza os fatores económicos e apenas considera como turistas os visitantes estrangeiros.

Em 1942, Hunziker e Krapf definiram o turismo como “o conjunto das relações e fenómenos originados pela deslocação e permanência das pessoas fora do seu local habitual de residência, desde que tais deslocações e experiências não sejam utilizadas para o exercício de uma atividade lucrativa principal, permanente ou temporária” (citado por Cunha, 2010, p.11). Esta definição aborda o turismo enquanto conjunto de relações e fenómenos sem explicitar quais, afirma que há, de facto, uma deslocação para um sítio diferente da residência habitual e que não poderá existir uma atividade que envolva uma remuneração sendo que abrange qualquer pessoa, residente ou não e, por último, não restringe a duração da permanência no destino.

Posteriormente, o turismo foi definido como: "deslocações curtas e temporários de pessoas para destinos fora do seu local de residência e de trabalho, e as atividades empreendidas durante a sua estadia nesses destinos". (Burkart y Medlik, 1981, citado por Sancho, 1994, p.45). Com esta definição, o turismo aparece com uma conotação de “viagem”, excluindo as viagens por motivos de trabalho.

Por fim, interessa destacar a definição proposta pela OMT (Organização Mundial do Turismo) que afirma que o turismo é “o conjunto de atividades desenvolvidas por pessoas durante as viagens e estadias em locais situados fora do seu ambiente habitual por um período de tempo consecutivo que não ultrapasse um ano, por motivos de lazer, negócios e outros” (1994, citado por Sancho, 1994, p.46). Esta definição contempla as atividades desenvolvidas durante a viagem, por que motivo a mesma foi realizada, o período e a localização da atividade realizada.

De um modo geral, as definições apresentadas têm sempre em comum a existência de deslocação física do turista, que tem de permanecer no destino por um tempo determinado. Fazem parte do turismo tanto as atividades realizadas no local como a viagem até esse local. Por último, qualquer que seja o motivo para viajar, o turismo deverá garantir produtos e serviços que satisfaçam as necessidades do turista.

De todos os tipos de turismo que existem, importa sublinhar e aprofundar o que se entende por turismo cultural que, como a expressão indica, se prende com a história e o património, as pessoas, a gastronomia típica, a arte e os costumes, tendo sempre em mente que é a cultura do destino que torna a experiência turística única e diferenciada. Existe um debate bastante alargado em torno deste ramo do turismo havendo, assim, várias definições.

Köhler e Durand (2007, p.188), afirmam que podem distinguir-se dois conjuntos de definições para turismo cultural. Enquanto o primeiro conjunto define turismo cultural a partir da procura (motivos, perceções, experiências de viagem), o segundo sublinha aspetos da oferta (consumo de atrações previamente classificadas como culturais). Sobre o primeiro conjunto de definições, os autores ditam que “o alargamento indefinido dos espaços e objetos vistos como culturais, bem como a natureza subjetiva da experiência, faz com que esse conceito seja de difícil aplicação prática” (Köhler e Durand, 2007, p.188), isto é, as definições de turismo cultural baseadas na procura ditam que são as experiências pessoais do turista e o significado que atribui a determinados espaços ou objetos, que definem o que é, ou não, uma atração cultural, o que faz com que seja difícil defini-las, uma vez que depende da perspetiva pessoal de cada turista. No que diz respeito às definições de turismo cultural segundo a oferta, estas baseiam-se na oferta de atrações culturais já classificadas como tal e equipadas para o fluxo turístico, tais como: sítios e centros históricos, festivais, gastronomia local, centros de interpretação patrimonial, mercados tradicionais, museus, objetos e eventos (Köhler e Durand, 2007, p. 187-188).

A definição de turismo cultural proposta por McKercher e Du Cros é talvez uma das mais abrangentes e envolve quatro elementos: turismo, utilização de bens culturais, consumo de experiências e produtos e o turista: “A form of tourism that relies on a destination’s cultural heritage assets and transforms them into products that can be consumed by tourists” (McKercher e Du Cros 2005, p. 211–212 citado por McKercher e Du Cros, 2020, p. 3). De um modo geral, os autores referem-se ao turismo cultural como sendo uma forma de turismo que deve ser, em primeiro lugar, baseada em razões turísticas sólidas e só depois em questões de gestão do património. Para além disso, os bens patrimoniais devem ser identificados e conservados pelo seu valor e relevância para a comunidade, em vez do seu valor enquanto atração turística. Assim sendo, os bens patrimoniais devem ser transformados em produtos de turismo cultural para que o turista possa usufruir deles. O “turista” é, assim, o último elemento desta definição e define-se como sendo um residente não local que viaja para se divertir, para fins recreativos ou para passar tempo com a família e os amigos num determinado período (McKercher e Du Cros, 2020, p. 5-7).

Para além disso, o turismo cultural pode ser entendido como uma viagem em que o turista procura conhecer e aprender sobre outras comunidades, participar em celebrações tradicionais, aceder à cultura, história e modo de viver daquele povo, fomentando uma maior interação e compreensão entre diferentes culturas.

O conceito de turismo cultural torna-se assim, importante e útil para implementar políticas públicas no ramo da cultura e do turismo, dinamizar os fluxos turísticos, fazer análises comparativas entre destinos turísticos e, assim, perceber qual a melhor estratégia para expandir o turismo cultural num determinado destino.

2.4. – Conclusão

Atualmente, é inegável a necessidade da tradução e a sua presença na sociedade, independentemente da área profissional, do contexto político, cultural e social ou do tipo de texto em questão. No âmbito do turismo, é fácil de compreender que a qualidade e precisão das traduções dos textos informativos influenciam o impacto da oferta turística do destino, isto é, se o turista não conseguir perceber a informação sobre o destino ou serviço que procura, terá naturalmente menos interesse em visitá-lo ou adquiri-lo.

Assim sendo, pode afirmar-se que o turismo é uma atividade intercultural e interlinguística que procura aproximar pessoas, culturas e línguas através da oferta de serviços turísticos em situações de comunicação multilíngue onde acontece uma transferência constante de realidades culturais e linguísticas. Testemunha-se, então, uma tentativa de aproximação entre culturas através das palavras e a forma como estas descrevem a realidade do destino turístico. Esta aproximação vai, inquestionavelmente, depender da capacidade do tradutor turístico em espelhar a cultura que está a ser traduzida numa língua de chegada, tendo em conta a realidade cultural do turista, de forma a conferir às traduções um conhecimento extenso do destino abordado, quer seja uma cidade, um monumento ou ainda um local histórico.

Apesar da relação entre a tradução e o setor do turismo ser crucial, nem sempre é reconhecida a sua importância e daí advém más traduções tornando-se necessário que a tradução turística seja reconhecida e valorizada de forma a evitar erros que possam comprometer a experiência do turista.

3. Parte II – O estágio curricular

A segunda parte do relatório visa apresentar o estágio curricular realizado, assim sendo, em primeiro lugar irei apresentar a entidade acolhedora bem como as suas principais tarefas, de seguida o plano de estágio elaborado juntamente com a minha orientadora de estágio por parte da Divisão de Turismo, a Dra. Mafalda Pizarro, em terceiro lugar serão descritas as tarefas realizadas e, por último, as conclusões que retirei desta experiência.

3.1. – Introdução

O plano de estudos do Mestrado em Tradução e Comunicação Multilingue da Universidade do Minho oferece ao aluno a possibilidade de, no último semestre do segundo ano, realizar uma dissertação ou um estágio curricular. O Mestrado oferece, também, unidades curriculares que aprofundam conhecimentos em duas principais áreas, conferindo ao aluno um destes perfis: tradução ou turismo. Tendo escolhido o Perfil de turismo, procurei realizar o meu estágio numa entidade incluída nessa área.

Assim sendo, contactei a Câmara Municipal de Guimarães que me encaminhou para o Posto de Turismo de Guimarães, onde realizei o meu estágio curricular. As tarefas realizadas ao longo dos quatro meses de duração do estágio, sobre as quais falarei no ponto “3.4. – Tarefas Realizadas”, complementaram, de forma prática, os conhecimentos teóricos estudados ao longo do Mestrado.

3.2. – A entidade acolhedora

O estágio curricular realizou-se na Divisão de Turismo pertencente ao Departamento de Cultura e Turismo da Câmara Municipal de Guimarães, como se pode constatar na Figura 1, abaixo discriminada.

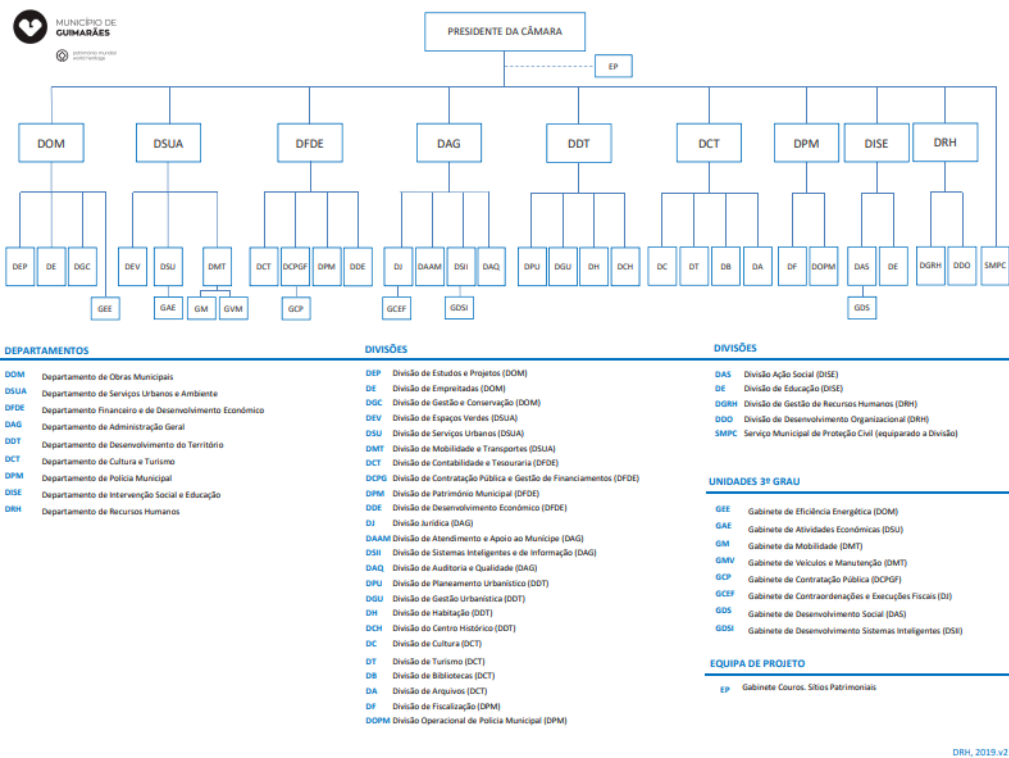


Figura 1 - Organograma CMG

“À Divisão de Turismo da Câmara Municipal de Guimarães, compete:

- Planificar a utilização dos recursos turísticos existentes com vista ao desenvolvimento da oferta turística do concelho;
- Promover a diversificação da oferta turística, através da estruturação e desenvolvimento de produtos complementares diferenciadores e competitivos;
- Garantir a valorização e adequação da oferta aos novos desafios da procura turística;
- Cooperar com os diferentes setores do Município, instituições e setor privado do concelho, com vista à constituição de grupos multidisciplinares de trabalho para a valorização e desenvolvimento do Turismo do Município;
- Estabelecer parcerias e redes de colaboração com agentes empresariais e institucionais de promoção em prol do desenvolvimento turístico de Guimarães;
- Promover a qualificação da oferta turística, designadamente, através de diagnóstico e formação de ativos das empresas do setor do Turismo;
- Planear estratégias de promoção conjuntas e participar em ações promocionais com os agentes privados do setor do Turismo;

h) Assegurar a realização das competências municipais referentes ao Alojamento Local, designadamente, assegurar que as meras comunicações prévias com prazo estão devidamente instruídas e realizar as vistorias para verificação do cumprimento dos requisitos estabelecidos no diploma em vigor;

i) Realizar auditorias de classificação/revisão aos empreendimentos de Turismo de Habitação, de Turismo no Espaço Rural e Parques de Campismo e Caravanismo.”¹

Existem dois Postos de Turismo em Guimarães, um localizado na Praça de S. Tiago, no centro histórico da cidade, e outro localizado na Rua Paio Galvão ao qual deram o nome de “Welcome Center”. O estágio decorreu a maior parte do tempo no Posto situado na Praça de S. Tiago, também chamado de “Loja Interativa de Turismo”.

Os dois Postos de Turismo têm como principal objetivo a divulgação da informação turística da cidade de Guimarães aos visitantes. Para além disso, o Posto da Praça de S. Tiago alberga os escritórios onde é tratada toda a parte administrativa da Divisão de Turismo e é também lá guardado todo o material informativo que pode ser entregue ao turista (ver Anexos 1-10).

3.3. – Plano de estágio

Após ter sido aceite na entidade de acolhimento, e ainda antes de iniciar o estágio, entrei em contacto com a Dra. Mafalda Pizarro, que seria a minha orientadora na instituição, para agendar uma reunião onde estiveram presentes a professora Maria de Jesus Cabral, a minha orientadora de estágio por parte da Universidade, e o professor Fernando Alves, diretor do Mestrado. O propósito da reunião foi definir o cronograma bem como os principais objetivos do estágio que irei discriminar abaixo.

O meu estágio teve a duração de cerca de 4 meses, tendo início a 2 de março de 2022 e terminando a 1 de julho de 2022. O horário praticado foi das 9:30h às 17:30h com uma hora de almoço, normalmente, das 12:30h às 13:30h. Excecionalmente, estive a trabalhar no Posto ao fim de semana e em alguns feriados, com um horário semelhante, sendo a única diferença iniciar o trabalho às 10:00h, uma vez que o Posto abre mais tarde aos fins de semana e feriados.

¹ Informação retirada de um documento fornecido via e-mail pela Técnica Superior de Turismo Lúcia Azevedo, funcionária da Divisão de Turismo da Câmara Municipal de Guimarães.

Juntamente com a entidade acolhedora, foi elaborado um plano de estágio onde foram definidos os principais objetivos do estágio e quais as tarefas previstas a serem realizadas. Os principais objetivos gerais do estágio foram:

- Adquirir prática num contexto de trabalho que irá complementar a vertente teórica adquirida ao longo do mestrado;
- Aplicar os conhecimentos adquiridos ao longo de toda a formação académica;
- Praticar, em contexto presencial, as línguas estrangeiras de trabalho;
- Adquirir competências que serão essenciais para uma futura atividade profissional.

Assim sendo, estava previsto, em primeiro lugar, adquirir competências e conhecimentos no domínio de conteúdos técnicos da área do turismo, com particular incidência na tradução de documentação promocional turística e ainda estabelecer e treinar aspetos da interação linguística oral com visitantes de variadas nacionalidades na perspetiva duma interação entre o meio académico e a sociedade.

Em relação às atividades previstas, o plano de estágio dividiu-se em quatro momentos. O primeiro momento consistiu num período de aprendizagem sobre as atribuições da Divisão de Turismo, a oferta turística de Guimarães no contexto do Norte de Portugal e a evolução da procura turística nos últimos anos. De seguida, seguiu-se uma leitura atenta da documentação turística e a tradução de conteúdos de divulgação turística (sobre os quais irei falar no ponto “3.4. – Tarefas Realizadas). Num terceiro momento, iniciei o atendimento ao público fornecendo folhetos de informação turística traduzidos em diversas línguas bem como a recolha de dados estatísticos relativos à afluência de turistas aos Postos de Turismo. Por fim, como previsto, participei em atividades e eventos promovidos pela Divisão de Turismo.

3.4. – Tarefas realizadas

Nesta parte serão apresentadas as tarefas e atividades realizadas ao longo do estágio, algumas delas atribuídas pela instituição, outras propostas por mim de forma a tirar o maior proveito possível desta experiência e adquirir competências tanto ao nível da língua como na área do turismo.

3.4.1. – Tradução

Os Postos de Turismo do Município de Guimarães têm uma panóplia de brochuras e panfletos disponíveis para oferecer ao turista, estando a grande maioria traduzidos em três principais línguas: inglês, espanhol e francês. Aquando da minha chegada ao Posto, foi disponibilizada uma brochura intitulada “Guimarães – Museus e Sítios Arqueológicos” que, tal como o próprio nome indica, fala sobre os museus e sítios arqueológicos para visitar na cidade. Estando apenas disponível em português, disponibilizei-me para traduzi-la para as minhas línguas de trabalho: inglês e espanhol (ver Anexos 13 e 14).

A brochura foi-me disponibilizada em formato digital de modo a facilitar a tradução no computador, o meu principal instrumento de trabalho. Adotei duas estratégias diferentes para cada uma das traduções de forma a perceber qual seria a melhor e mais eficiente. Na primeira tradução, de português para inglês, apenas usei o tradutor automático, neste caso o DeepL, para traduzir algumas palavras. Na segunda tradução, de português para espanhol, traduzi o texto completo no mesmo tradutor automático fazendo, posteriormente, as devidas correções e alterações.

Observando as tabelas abaixo, onde faço um pequeno resumo das duas traduções, é possível concluir que a segunda estratégia foi, notoriamente, a mais eficaz uma vez que o tempo utilizado para realizar a tradução e respetiva revisão foi mais reduzido. De um modo geral, as traduções não foram complicadas, sendo que a principal dificuldade foi traduzir vocabulário específico desta área.

Tabela 1 - Tradução PT-EN

Tipo de texto	Turístico, informativo.
Número de palavras PT	2522
Número de palavras EN	2626
Tempo total da tradução	6h 40min
Tempo total (tradução + revisão)	7h 20min
Problemas encontrados	Vocabulário específico sobre monumentos e história.

Tabela 2 - Tradução PT-ES

Tipo de texto	Turístico, informativo.
Número de palavras PT	2522
Número de palavras EN	2614
Tempo total da tradução	50min
Tempo total (tradução + revisão)	3h 30min
Problemas encontrados	Vocabulário específico sobre monumentos e história.

Ambas as traduções foram, posteriormente, enviadas para a Dra. Mafalda Pizarro (Chefe da Divisão de Turismo) que, juntamente com a ajuda da Dra. Lígia Azevedo e do Dr. Paulo Meneses (Técnicos Superiores de Turismo), fizeram uma revisão atenta e com conhecimento de causa do trabalho elaborado. Esta ajuda “superior” foi muito importante para conseguir elaborar traduções o mais profissionais possível uma vez que pude obter conhecimentos e informações fidedignas através de profissionais da área.

Neste momento, ambas as brochuras traduzidas por mim estão disponíveis nos Postos de Turismo de Guimarães para serem distribuídas pelos turistas e em formato digital no site do Turismo de Guimarães (<https://www.visitguimaraes.travel/>).

3.4.2. – Quiz interativo

Ao longo de todo o estágio, a criação de novas dinâmicas para implementar nos Postos de Turismo foi sempre incentivada e encorajada. Nesse sentido, propus a criação de um Quiz interativo intitulado de “Abrir Horizontes” (ver Apêndice A), um material original, funcional e interativo, cujo objetivo é escolher o melhor destino para o turista visitar na cidade de Guimarães de acordo com os seus gostos pessoais.

A ideia surgiu da vontade de criar algo apelativo, simples e rápido em que o turista pudesse participar. O Quiz é composto por seis perguntas onde o turista escolhe, entre duas opções, a que prefere. No final é apresentado o destino ou conjunto de sítios ideais para o turista visitar e uma breve descrição do mesmo.

Primeiramente, o conteúdo do Quiz foi elaborado em português e, de seguida, traduzido para inglês, espanhol, francês e alemão. Para este efeito, foi solicitada ajuda superior de forma que a tradução fosse o mais correta e precisa possível.

O Quiz foi criado online e, para facilitar o acesso, gerou-se um QR Code que, posteriormente, foi impresso em papel autocolante e colado nos acrílicos dos balcões de atendimento do Posto de Turismo da Praça de S. Tiago, onde os turistas se dirigiam para receber informações sobre a cidade.

De um modo geral, o feedback foi positivo, não só por ser uma dinâmica diferente, mas também porque, estando disponível em várias línguas, o turista sentia-se mais confiante ao poder realizar o Quiz na sua língua materna.

3.4.3. – Atendimento ao turista

A principal atividade, e possivelmente a mais desafiante e exigente, foi o atendimento ao turista. De um modo geral, consistiu em entregar e explicar o mapa da cidade ao turista e sinalizar os principais pontos a visitar no centro histórico da cidade e nos arredores. Tanto os mapas da cidade como todas as outras brochuras disponíveis têm, na parte superior, a bandeira da língua que representam, o que facilitou bastante a procura do documento certo para oferecer.

Fazer atendimento ao turista fez com que, para além de praticar as línguas estrangeiras, me sentisse mais confiante em usá-las oralmente. Tive a oportunidade de falar português, inglês, espanhol e até um pouco de francês o que foi, indiscutivelmente, positivo e enriquecedor para a minha formação enquanto estudante de línguas.

No final de cada atendimento, perguntava ao turista de onde vinha para poder apontar na folha das estatísticas daquele dia - essas estatísticas servem para, mais tarde, fazer um balanço sobre a afluência de turistas nos Postos de Turismo. Para além disso, realizei Inquéritos de Satisfação, nas quatro principais línguas de trabalho (português, inglês, espanhol, francês), de modo a recolher informações sobre a opinião dos turistas sobre o atendimento que receberam que, no geral, foram bastante positivas.

3.4.4. – Outras atividades

Para além das principais atividades supramencionadas, houve outras tarefas que fui realizando ao longo do estágio, algumas várias vezes, outras apenas uma vez.

Nos primeiros dias, li toda a documentação disponível de forma a conhecer todos os panfletos, folhetos e brochuras disponíveis para oferecer ao turista bem como toda a informação disponível no website do turismo de Guimarães.

Sempre que necessário, recolhia, transportava e organizava o material tanto para o Posto como para oferecer aos visitantes em visitas guiadas ou congressos. O material era recolhido no gabinete de Relações Públicas localizado no edifício da Câmara Municipal de Guimarães e transportado para ambos os Postos de Turismo.

Fiz, também, a revisão de duas traduções em inglês e espanhol. A primeira era um panfleto informativo sobre a cidade de Guimarães que foi utilizado na BTL (Bolsa Turismo Lisboa) para apresentar a cidade e, a segunda, um folheto sobre os tipos de alojamento disponíveis na cidade.

Aquando do evento “Fins de Semana Gastronómicos” e da Feira Afonsina, distribuí pelos cafés, restaurantes, hotéis e lojas locais panfletos informativos sobre o respetivo evento para que os estabelecimentos pudessem, também, divulgar informação.

Durante o estágio tive, também, a oportunidade de participar em eventos fora do Posto de Turismo. A primeira vez que participei numa visita pela cidade pude visitar a Zona de Couros, a loja de filigrana “Filigrana com História” e a Oficina de Bordados de Guimarães juntamente com alguns Guias-Intérpretes de Portugal (ver Anexo 11). Mais tarde, assisti a uma visita guiada pelo Paço dos Duques de Bragança e pelas praças principais da cidade (Praça de S. Tiago e Largo da Oliveira) dirigida ao um grupo de jornalistas oriundos da Turquia. Voltei a visitar o Paço dos Duques de Bragança e as praças principais numa visita guiada dirigida a uma escritora grega, Barbara Athanassiadis, juntamente com uma guia oficial; visitamos também a Igreja de Nossa Senhora da Oliveira.

Juntamente com uma das minhas colegas, realizamos um *peddy-paper* pela cidade intitulado de “À Descoberta do Centro Histórico de Guimarães” em que, à medida que caminhávamos pelo centro histórico da cidade, respondíamos a perguntas e desafios sobre os sítios por que passávamos.

Nos dias 1, 2, 3 e 4 de junho realizou-se, no Multiusos de Guimarães, a European RoboCup 2022 (ver Anexo 12) onde tive o privilégio de representar o Turismo de Guimarães num balcão informativo.

Por fim, uma das últimas tarefas que realizei no Posto de Turismo, foi a organização dos horários de autocarro de Guimarães para Briteiros, S. Torcato e Caldas das Taipas (ida e volta) num documento Excel que seria, posteriormente, editado e fornecido ao turista.

3.5. – Conclusão

Em suma, o estágio foi bastante produtivo e enriquecedor. Pude realizar a tradução das brochuras “Guimarães – Museus e Sítios Arqueológicos”, as minhas primeiras traduções profissionais e oficiais que, sem dúvida, contribuíram para o meu crescimento na área da tradução na medida em que pude aplicar conhecimentos teóricos adquiridos ao longo do meu percurso académico. O facto desses documentos estarem a ser distribuídos pelos turistas que procuram os Postos de Turismo faz com que sinta que cumpri o meu dever e contribuí, de forma positiva, para o trabalho da Divisão de Turismo.

Para além disso, desenvolvi e aperfeiçoei várias habilidades tais como a comunicação oral numa língua estrangeira, principalmente inglês e espanhol, sendo que por vezes também usei o francês, nomeadamente no atendimento ao público diário. Esta tarefa foi muito importante para ganhar mais confiança para comunicar numa língua que não é a minha língua materna nem sequer a minha língua de trabalho habitual.

O facto de ter tido liberdade para realizar novos projetos de interesse para os Postos de Turismo, como o Quiz Interativo, fizeram com que o estágio fosse ainda mais desafiante e interessante. Pus à prova a minha imaginação e a minha capacidade de desenvolver novas ideias que, para além de criativas, fossem úteis.

Por último, importa referir que foi imensamente gratificante ter tido a oportunidade de acompanhar os Técnicos Superiores em várias visitas guiadas para perceber um pouco a dinâmica realizada por um guia turístico, assunto de interesse pessoal.

De um modo geral, o estágio foi uma experiência bastante positiva e superou todas as expectativas que criei.

4. Parte III - O papel da tradução no desenvolvimento turístico das cidades

Esta parte do relatório visa refletir sobre de que forma tradução é importante e essencial para o desenvolvimento turístico das cidades tendo, como estudo de caso, a cidade de Guimarães.

Numa primeira parte irei apresentar a evolução do turismo em Guimarães ao longo dos anos, seguindo-se de uma análise aos dados estatísticos de afluência aos Postos de Turismo deste ano, 2022, durante os meses de março, abril, maio e junho. Esta análise irá ser um dos suportes que sustentará a importância e relevância da Tradução no setor do Turismo, uma vez que mostra o número de visitantes bem como de que país são oriundos. Para apresentar os dados de forma sucinta e de fácil compreensão, decidi elaborar os gráficos apresentados abaixo.

4.1. – Introdução

A evolução notória do turismo tem sido acompanhada de um aumento da circulação de pessoas de diferentes nacionalidades o que torna indiscutivelmente evidente a importância da Tradução neste setor uma vez que, cada vez mais, é necessária a existência de informação perceptível para qualquer turista que a procure. Bugnot (2005, p.15) afirma que “La actividad turística genera una ingente cantidad de traducciones en todo el mundo y muy especialmente en las áreas geográficas con gran afluencia de visitantes.”

Compreende-se que, ao viajar para outro país, o turista irá encontrar, grande parte das vezes, uma barreira linguística que poderá dificultar a comunicação uma vez que a língua oficial desse país não é a sua língua materna. Ora, se o turista não conhecer a língua do país que visita torna-se essencial que haja informação na sua língua materna ou, pelo menos, numa língua que este compreenda e é nesse sentido que a tradução se torna extremamente importante.

Através do texto turístico pretende dar-se a conhecer um local, um produto, uma cultura ou até mesmo uma tradição de forma que o turista tenha interesse em visitá-lo e conhecê-lo. Desta forma, é imprescindível perceber que a tradução destes textos tem um papel fundamental no setor do turismo uma vez que estas traduções serão, possivelmente, o primeiro contacto do turista com o país que está a visitar e a vontade de voltar pode depender delas.

4.2. – O turismo na cidade de Guimarães

O município de Guimarães, afirma Marques (2011, p.27) “está tradicionalmente ligado à atividade industrial. A presença de um vasto número de empresas exportadoras (...) permitiu investimentos no setor hoteleiro que dotou o município de um razoável parque hoteleiro (...)”. Desta forma, foi possível criar um mercado de turismo de negócios deixando para plano secundário o turismo de lazer. Nos finais do século XX, o declínio de algumas atividades no setor da indústria, reflete um impacto negativo no setor do turismo e, por isso, é pensada, por parte da autarquia, “uma estratégia de desenvolvimento turístico apoiado na requalificação e regeneração urbana, que teve o seu principal reconhecimento na classificação do seu Centro Histórico como Património Cultural da Humanidade em 2001” (Marques, 2011, p.27).

Foi necessária uma mudança de estratégia para atrair turistas que procuravam, agora, atividades de lazer no âmbito do turismo cultural. Enquanto a estratégia anterior era dirigida “para dentro”, ou seja, a sua área de ação era o Município, com esta nova estratégia tornou-se necessário alargar a área de ação para todo o país e até mesmo para outros países obrigando “os agentes turísticos locais a abordar o mercado de outra forma (...) rompendo com o paradigma ao qual estavam habituados” (Marques, 2011, p.28).

Neste sentido e, de forma a compreender a evolução do turismo na “Cidade Berço”, irei analisar os seguintes dados estatísticos dos últimos 10 anos (2012-2021): a Afluência aos Postos de Turismo, a Taxa de Ocupação-Quarto (O.Q.) e a Afluência de Visitantes a Equipamentos Culturais e as Visitas aos principais Museus e Sítios Arqueológicos.

De acordo com os dados recolhidos pela Divisão de Turismo que podemos observar na Figura 2, verifica-se que, sem sombra de dúvidas, o ano de 2012 foi o que conferiu uma maior afluência aos Postos de Turismo talvez porque, nesse ano, a cidade de Guimarães foi intitulada de Capital Europeia da Cultura. Francisca Abreu, vereadora da Cultura à data, afirmou que “Numa época em que Portugal vivia uma crise económica profunda, sob assistência financeira, Guimarães foi uma espécie de oásis. Cresceram lojas, negócios, aumentou o turismo”. Nos dois anos seguintes, o número de visitantes diminuiu para menos de metade do que se verificava no ano de 2012 e, entre 2015 e 2019, confirma-se um aumento gradual, nunca atingindo aos valores altíssimos do ano de 2012. Em 2020, quando o mundo é afetado pela Pandemia da Covid 19, a afluência aos Postos de Turismo desce acentuadamente, como seria de esperar, graças às imensas restrições impostas pela Direção Geral de Saúde para combater o vírus. Já em 2021 o

surgimento de novas variantes da doença traduziu-se numa inegável quebra em toda a atividade turística tornando-se difícil retomar o modo de vida pré-pandémico e voltar à “normalidade”. Desta forma, a retoma do turismo será feita, certamente, de uma forma lenta e gradual, mas, apesar de todas estas condicionantes, verifica-se um ligeiro crescimento na afluência aos Postos de Turismo no ano de 2021.

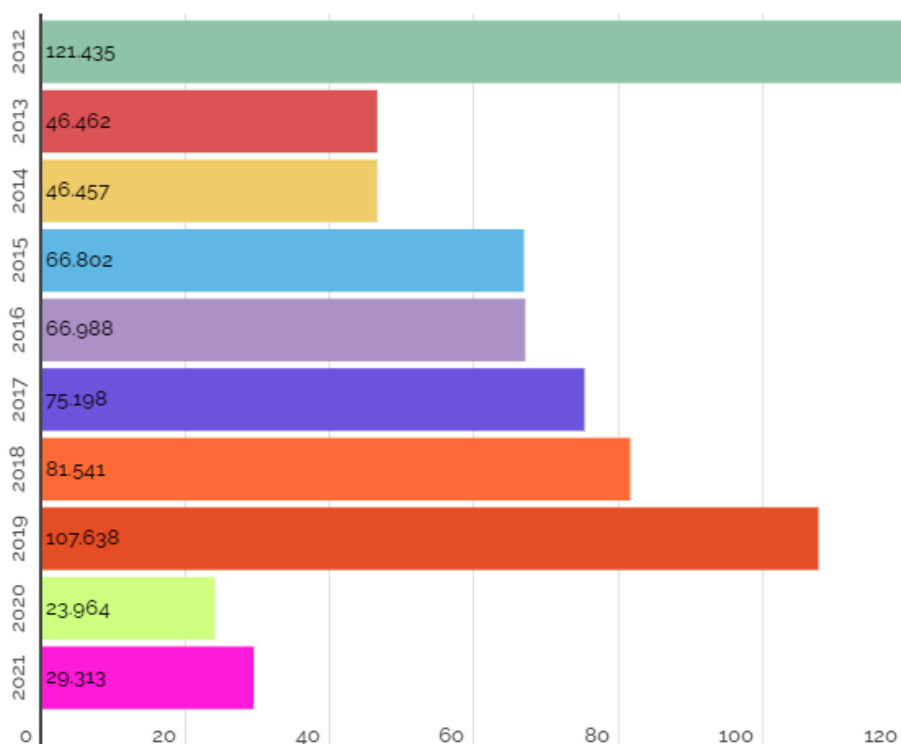


Figura 2 - Afluência aos Postos de Turismo

Em relação à Taxa de Ocupação-Quarto (O.Q.), constata-se, pela imagem abaixo, que os valores vão ao encontro dos anteriormente descritos. Dos 10 anos discriminados, 2012 foi o ano em que houve uma maior O.Q. tendo registado um valor de 64% e, após um ligeiro decréscimo nos valores dos anos seguintes, em 2017 verifica-se uma tendência a aumentar sendo que em 2018 e 2019, atingem-se valores próximos aos do ano de 2012 (62%). Mais uma vez, graças ao surto pandémico que o mundo enfrentava em 2020, os valores da O.Q. descem para 25% apresentando uma quebra gigantesca. Felizmente, “depois da tempestade vem a bonança” e no ano de 2021 verifica-se um aumento deste valor (36%).

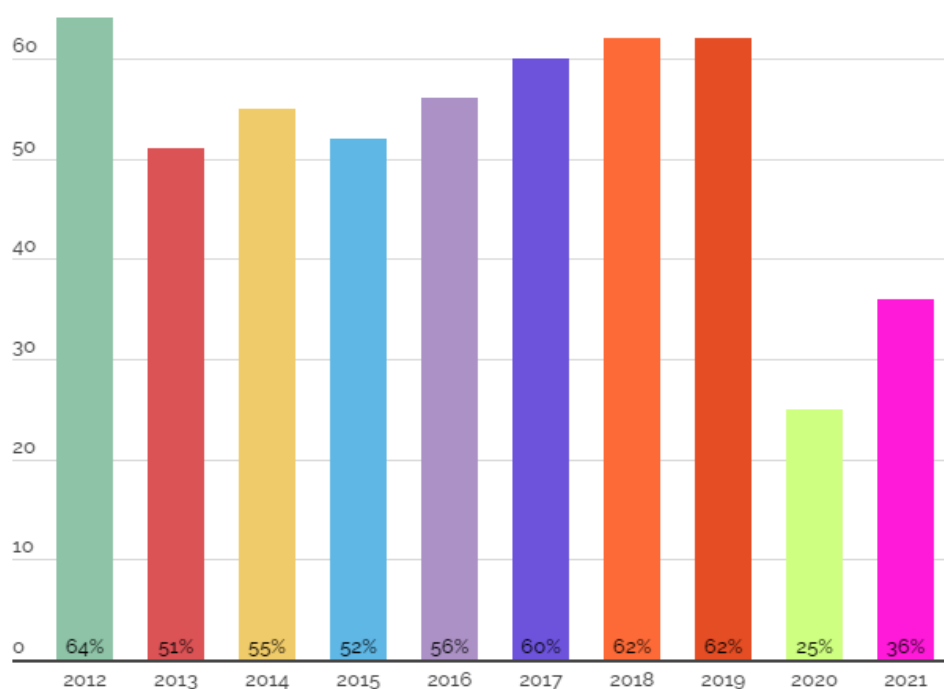


Figura 3 - Taxa de Ocupação-Quarto (O.Q.)

Para realizar uma análise o mais fiável possível, importa ter também em consideração os dados referentes à visitação de Equipamentos Culturais (neste caso, teremos em conta os dados referentes ao Paço dos Duques de Bragança, ao Museu de Alberto Sampaio, à Plataforma das Artes e à Casa da Memória entre 2012 e 2018 (Figura 4) em que, uma vez mais, a tendência verifica-se a mesma. Apesar da quebra inegável no ano de 2013, em relação ao ano anterior, a principal tendência é o aumento do número de visitantes até ao ano de 2018 onde os valores são próximos aos registados em 2012.

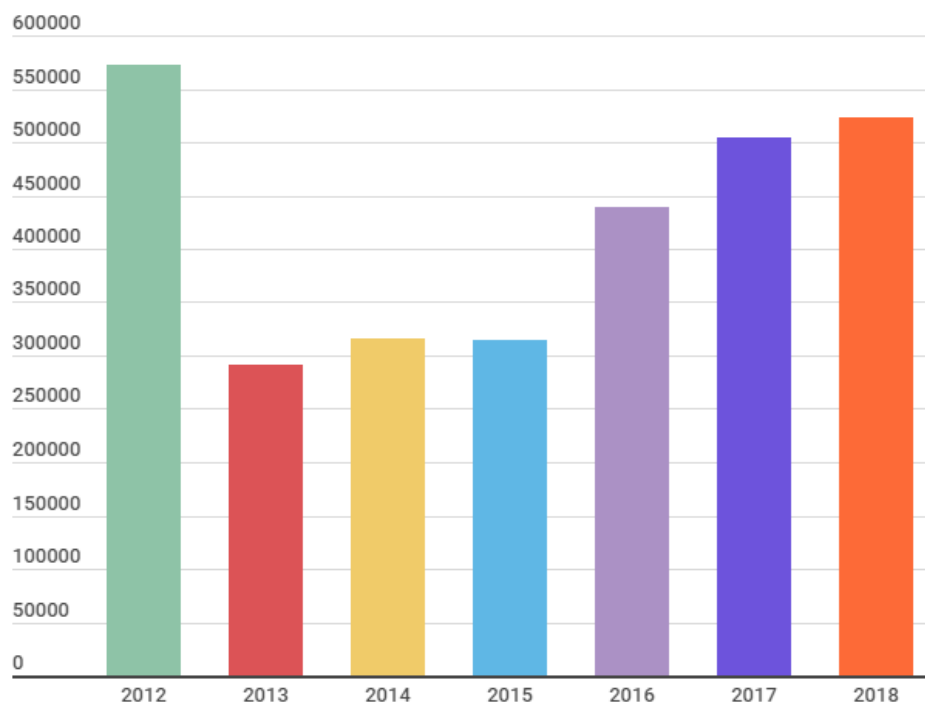


Figura 4 - Visitação de Equipamentos Culturais

No que diz respeito à visitação aos principais Monumentos, Museus e Sítios Arqueológicos serão analisados os dados referentes aos principais: Castelo de Guimarães e Paço dos Duques de Bragança, Citânia de Briteiros, Museu de Alberto Sampaio, o Centro Internacional das Artes José de Guimarães, Casa da Memória, Museu Arqueológico da Sociedade Martins Sarmento e o Museu da Cultura Castreja.

Como é perceptível da figura abaixo, 2020 (303 386 visitantes) interrompeu uma tendência de crescimento contínua que se verificava nos anos anteriores, tendo no ano de 2019 atingido o valor de 939 882 visitantes, mas, como seria previsível concluir tendo em conta os dados analisados anteriormente, o ano de 2021 iria inverter essa situação registando um crescimento na procura destes espaços (377 632 visitantes).

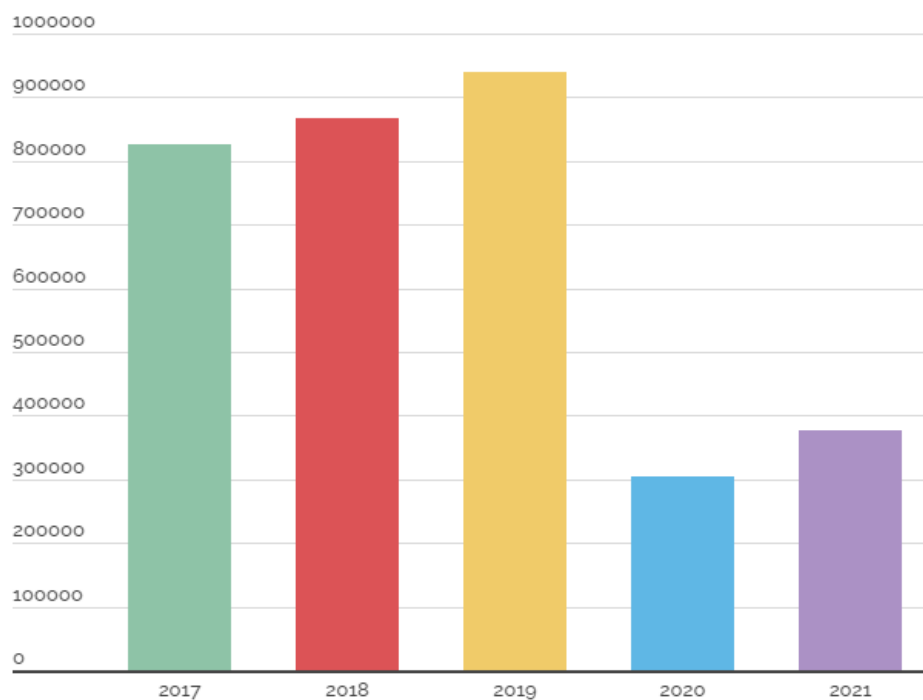


Figura 5 - Visitação aos principais Monumentos, Museus e Sítios Arqueológicos

“Um centro histórico classificado de Património Cultural da Humanidade pela UNESCO, a sua importância cultural pela associação à origem da nação Portuguesa e (...) a sua indicação como Capital Europeia da Cultura em 2012, assumem-se como os seus principais destaques e elementos diferenciadores no contexto da oferta turística nacional e internacional.” (Marques, 2011, p.34)

4.3. – Estatísticas dos postos de turismo

No seguimento do ponto anterior, onde fiz uma breve análise dos dados estatísticos relativos ao turismo na cidade de Guimarães, irei, agora, fazer uma análise mais pormenorizada das estatísticas que ajudei a elaborar durante o período de duração do meu estágio (março, abril, maio e junho de 2022) que ditam a afluência aos Postos de Turismo da cidade de Guimarães – Posto de Turismo da Praça de S. Tiago e Welcome Center, o que permitirá ter uma maior noção do panorama atual.

Agora, para além de analisar o número de turistas, importa também analisar o país de onde vêm. Ao examinar estes dados é possível compreender melhor as necessidades do turista de forma a poderem definir-se estratégias específicas de promoção e comunicação para atraí-lo a visitar os mais diversos pontos de interesse que a cidade de Guimarães oferece.

4.3.1. – Organização das estatísticas

O documento de registo das estatísticas está organizado de uma forma bastante intuitiva e de fácil compreensão, o que facilita o processo de recolha de dados aquando do atendimento ao turista. É composto por seis folhas sendo que na primeira estão discriminados alguns países e o sítio para anotar os grupos que visitam a cidade bem como os países de onde vêm, na segunda aparecem os nomes de mais alguns países e algumas linhas em branco para acrescentar outros, se assim for necessário. A terceira e quarta folhas são destinadas aos distritos do nosso país bem como as ilhas da Madeira e dos Açores. Por fim, nas últimas duas folhas, recolhem-se os dados sobre as comunidades autónomas de Espanha. À frente de cada nome, seja país, cidade ou comunidade, tem vários quadrados com números que vão sendo riscados à medida que os turistas aparecem no Posto. No final de cada dia, é feita a contagem dividida por três categorias: Total, Grupos e Espanha (uma vez que é o país com maior representação nas estatísticas). Para a análise pretendida, irei priorizar os dados relativos aos países de onde os turistas “individuais” são oriundos, isto é, sem contabilizar os grupos.

4.3.2. – Análise de dados estatísticos

Começando pelo mês de março, visitaram os Postos de Turismo de Guimarães, em busca de informação turística sobre a cidade, 1698 turistas oriundas dos mais distintos países. Os cinco países com maior representação são, por ordem decrescente, Espanha, França, Portugal, Brasil e Estados Unidos da América (EUA) com 719, 285, 205, 114 e 62 turistas, respetivamente.

Em relação aos países com um menor número de turistas temos, com apenas 1 registo, o Chile, o Equador, a Dinamarca e a Letónia. Com apenas 2 turistas a representar o país, seguem-se Bulgária, China, Croácia, Egito, Eslovénia, Estónia, Irlanda, Japão, Lituânia, Luxemburgo, Macedónia, Malta, México, Noruega, Perú, República Checa, Ucrânia e Venezuela. De Israel, visitaram a cidade 3 turistas, da Suíça e da Suécia 4, do Uruguai 6, da Áustria e da Polónia 7, da Hungria 8, da Colômbia 9 e da Argentina 10 sendo estes os 31 países menos presentes nas estatísticas do mês de março.

Os últimos países a ter em conta são a Itália com 18 turistas, o Canadá com 24, a Bélgica com 28, a Holanda com 41, a Inglaterra com 51 e, por último, a Alemanha com 53 turistas.

Na figura abaixo, estão discriminados os países supramencionados e a percentagem que representam face ao total de turistas que estiveram nos Postos de Turismo. Podemos constatar que é de Espanha que vêm quase metade dos turistas (cerca de 42%), ocupando a posição de maior e principal mercado emissor.

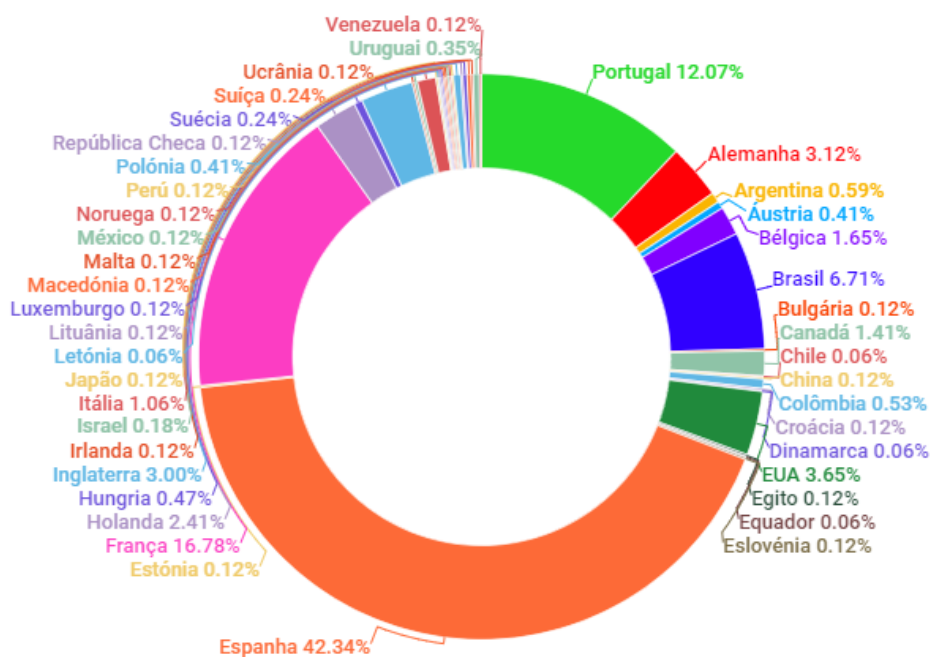


Figura 6 - Estatísticas do mês de março

Em abril há um aumento incontestável no número de turistas, sendo que 5456 turistas procuraram informações junto dos balcões de atendimento dos Postos de Turismo, o que se deve, principalmente, ao facto das celebrações da Páscoa terem tido lugar neste mês o que, por norma, atrai bastantes turistas graças aos múltiplos eventos que ocorrem na cidade.

Mais uma vez, Espanha lidera a “tabela de classificações” sendo que cerca de 58% dos turistas (3184) vieram do nosso país vizinho, o que sustenta a afirmação de que a Semana Santa é algo muito importante para os espanhóis. Seguem-se a França, Portugal, o Brasil, a Alemanha e os EUA com os respetivos valores de 622, 592, 270, 141 e 103 turistas. Os visitantes provenientes destes seis países representam 90% da afluência aos Postos de Turismo no mês de abril.

Os restantes 10% dividem-se por mais 37 países com a quantidade de turistas de lá oriundos discriminada entre parênteses: Itália (66), Inglaterra (60), Bélgica e Holanda (59), Canadá (45), Suíça (38), Argentina (25), Israel (23), México (21), Hungria (16), Áustria (15), Polónia (14), Bulgária e Uruguai (10), Colômbia (9), Grécia e Suécia (8), Eslovénia e República Checa (7), Austrália, Finlândia e Roménia (5), Dinamarca (4), Irlanda (3), Japão, Argélia, Chile, Equador, Estónia, Irão, Islândia, Luxemburgo, Nicarágua e Perú (2) e, por último, China e Ucrânia (1).

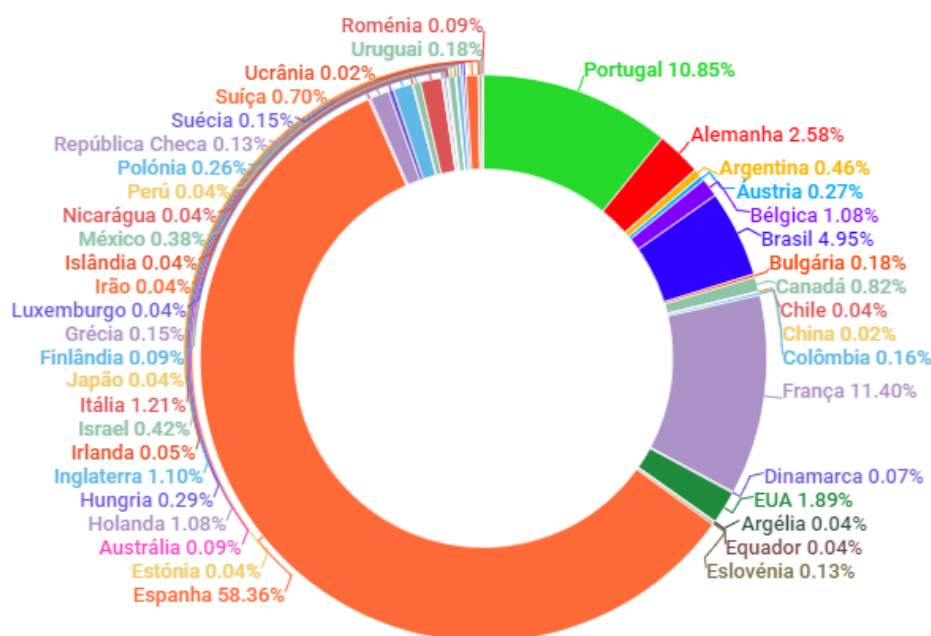


Figura 7 - Estatísticas do mês de abril

No mês de maio constata-se uma ligeira descida no número de turistas sendo que o valor declarado é de 3835. Apesar de uma considerável diminuição, Espanha continua a ser o país com a maior representação, trazendo a Guimarães 1187 turistas no mês em questão. Segue-se a França que confere cerca de 26% dos turistas (980), como se pode ver na figura abaixo, o Brasil com 268 turistas, a Alemanha com 236, Portugal com 228 e os EUA com 200 turistas. A Holanda e a Inglaterra apresentam 133 e 116 turistas, respetivamente, e os restantes países conferem menos de 100 turistas cada um: Bélgica (82), Itália (74), Canadá (58), Argentina e Suíça (27), Polónia (26), Áustria (22), Israel (19), Colômbia (17), Roménia (12), México (11), Chile e Suécia (10), Austrália e Uruguai (9), Dinamarca (8), Bulgária e República Checa (7), Coreia do Sul,

Finlândia e Turquia (5), Irlanda (4), Japão e Estónia (3), Budapeste, Hungria, Índia, Islândia, Lituânia, Luxemburgo, Marrocos, Perú, Sérvia, Singapura e Venezuela (2) e Eslováquia, Malta, Porto Rico, Rússia e Ucrânia (1).

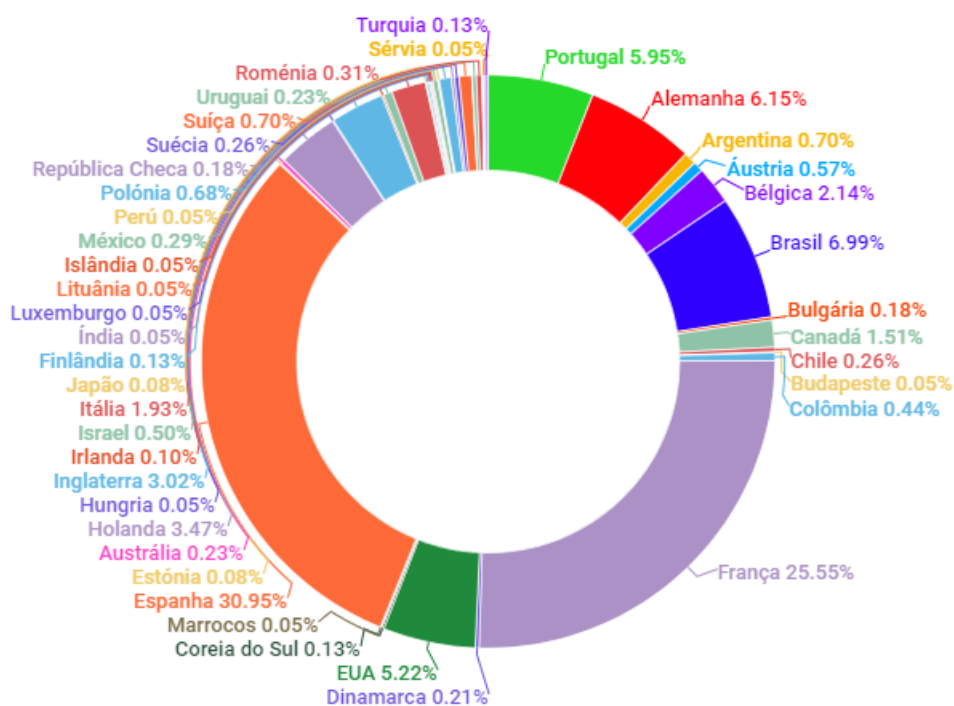


Figura 8 - Estatísticas do mês de maio

Junho, o mês que dá início à “época de verão” e onde se pode notar, sem sombra de dúvidas que Guimarães, à semelhança da maior parte dos destinos turísticos, sofre do efeito da sazonalidade. A procura turística está ligada aos períodos de lazer, isto faz com que exista uma oscilação na sua distribuição ao longo do ano, “quer pela procura de melhores temperaturas (...) quer pelos normais períodos de férias escolares e outras” (Marques, 2011). Neste mês verifica-se a tendência do aumento das visitas e confere um valor de 4019 turistas.

Uma vez mais, Espanha é o país mais representado com um total de 1269 turistas oferecendo ao país cerca de 32% do valor total. Com uma diferença de cerca de 8% do país anterior, a França apresenta o segundo valor mais alto, 962 turistas ganhando mais significado na tabela de valores. Com 299, 282 e 222 turistas, respetivamente, temos Portugal, Brasil e Alemanha. Seguem-se os EUA (173), a Holanda (143), a Bélgica (116) e a Inglaterra (97).

Conferindo valores de mais de 20 turistas, mas menos de 100, temos cinco países, sendo eles Itália (72), Canadá (57), Argentina (52), Suíça (39) e Israel (29). Os restantes países são os que apresentam os valores mais baixos: Austrália (21), México (16), Polónia (14), Áustria (13), Irlanda e Suécia (11), Chile (10), Colômbia, Hungria, Japão e Uruguai (9), Eslovénia (6), Bolívia e Finlândia (5), África do Sul, Andorra, Eslováquia, Grécia, Perú, República Checa, Roménia, Turquia, Ucrânia e Venezuela (4), China e Luxemburgo (3), Dinamarca, Lituânia, Malta, Nova Zelândia e Tailândia (2). Por último, com apenas um turista, estão representados a Coreia do Sul, a Índia e Singapura.

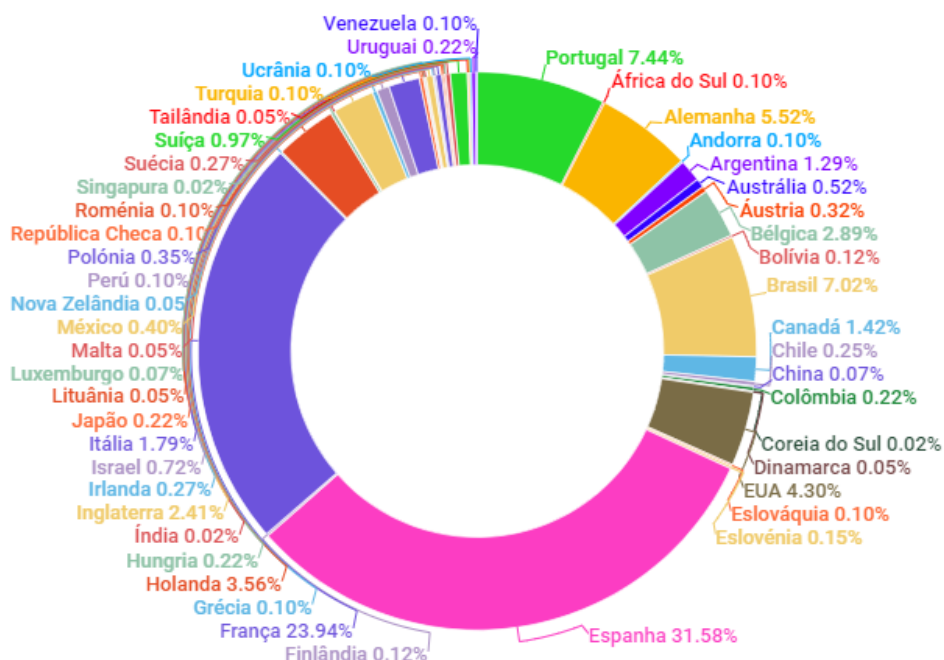


Figura 9 - Estatísticas do mês de junho

4.3.2. – Balanço dos dados recolhidos

Guimarães, onde nasceu Portugal, é uma cidade que se assume como um destino de destaque não só na região do Norte do país, como também um destino nacional de grande importância.

Após a análise anterior é fácil concluir que há uma enorme diversidade de turistas vindos dos “quatro cantos do mundo” e, apesar de uns conferirem valores mais elevados do que outros,

há que dar a importância a todos eles. Esta diversidade de países, nacionalidades e línguas, apela à cidade uma preocupação adicional no que diz respeito à informação dada ao turista, que deve ser suficientemente clara, perceptível e útil.

Guimarães tem sido palco de uma dinâmica de desenvolvimento turístico e, apesar da quebra acentuada no ano de 2020 devido à pandemia, a tendência é que esse desenvolvimento seja cada vez maior sendo que “a cidade deverá continuar o seu esforço de comunicação e qualificação do destino” (Marques, 2011, p.33).

Percebe-se, assim, a necessidade de haver informação turística em várias línguas, principalmente nas que têm uma maior procura, sendo elas o inglês, o espanhol e o francês, para que o turista não se sinta “perdido” aquando da sua visita à cidade.

4.4. – Conclusão

O setor do turismo tem crescido exponencialmente nas últimas décadas e tornou-se um dos setores económicos que apresenta um maior crescimento em todo o mundo.

Com a crescente afluência de turistas internacionais na cidade e com a certeza dos benefícios que o seu acolhimento traz para a economia, torna-se imprescindível que outras áreas, que não estão diretamente ligadas à atividade turística, cresçam. Entre elas, podemos realçar a área da tradução que é imprescindível para garantir uma boa comunicação uma vez que o tradutor atua enquanto mediador linguístico e cultural. Assim sendo, parte-se do princípio de que a tradução especializada de textos turísticos receba a devida importância e reconhecimento por parte das organizações que promovem o turismo da cidade. Nesta senda, podemos lembrar de novo Muñoz (2012, p.104), que afirma:

“(…) la presencia de estos turistas extranjeros motiva el interés por conseguir una cohesión, una integración y un acercamiento de los visitantes extranjeros a nuestra cultura y a nuestras costumbres así como a mantener la mediación lingüística y cultural que se necesita en el ámbito del turismo cuando un turista visita un país diferente al suyo.” (Muñoz, 2012, p.104)

Compreende-se, deste modo, que exista uma tentativa de compreensão e aproximação entre culturas através das palavras. Esta necessidade de fazer chegar a informação ao turista,

para além de satisfazer os seus desejos, deixa, também, um impacto positivo sobre a experiência vivida na cidade, o que fez com que os trabalhos de tradução aumentassem de forma a maximizar um potencial público-alvo. Para tal, torna-se imprescindível a criação de textos turísticos de qualidade que facilitem a compreensão do conteúdo tanto nas língua e cultura de partida como nas língua e cultura de chegada para, assim, quebrar a barreira cultural entre elas uma vez que os textos turísticos conferem, ao visitante, a primeira impressão do lugar turístico (Kelly, 1997, p.34). Posto isto, importa sublinhar que a tradução deverá ser atrativa, direta, adequada, bem formulada e sem erros, porque qualquer erro mínimo na tradução poderá provocar o desinteresse de futuros visitantes (Muñoz, 2012, p. 112).

É possível concluir que a tradução é essencial e, no caso apresentado da cidade de Guimarães, em que parte da economia é sustentada pelo setor do turismo. Por conseguinte, afigura-se especialmente relevante desenvolver a tradução turística através da qualificação e consolidação desta atividade de veras estratégica.

A dimensão cultural e linguística do turismo faz com que o texto turístico ganhe uma dimensão própria, o que faz com que a tradução de textos turísticos seja um instrumento de mediação linguística e cultural que permite resolver possíveis problemas de comunicação entre culturas graças à falta de conhecimento das respetivas línguas e, assim, evitar e resolver possíveis mal-entendidos e falta de informação (Muñoz, 2012, p.112).

Em suma, se não fosse a tradução, nem sempre poderia haver uma comunicação interlinguística e intercultural entre o turista e o local que visita, o que é suscetível de causar constrangimentos tanto num como no outro. É de extrema necessidade que o setor da tradução turística seja profissionalizado para reduzir o risco de haver traduções mal feitas e de pouca qualidade e, dessa forma, melhorar a comunicação interlinguística entre o turista e os habitantes locais do destino.

5. Considerações finais

Dizer que a tradução está presente em vários momentos do nosso dia a dia torna-se bastante óbvio, uma vez que há uma constante partilha de informação e conhecimento interlinguístico e intercultural. No setor do turismo, a qualidade das traduções realizadas influencia, de uma maneira ou de outra, a perspetiva do turista sobre o destino que ele está a visitar uma vez que é através delas que consegue adquirir informações pertinentes para a sua estadia ou experiência.

A tradução é necessária e importante pois é através das palavras que conseguimos transmitir uma mensagem que seja perceptível para diferentes povos, culturas e realidades. No caso da tradução turística, dela advém uma grande responsabilidade uma vez que o tradutor precisa de conferir conhecimentos culturais e linguísticos bem como ser versátil para poder encontrar estratégias para resolver os inúmeros problemas de tradução que possam surgir. Sendo o turismo um setor económico de grande importância, torna-se necessário trabalhar e aperfeiçoar todas as áreas envolvidas nele, para isso, torna-se necessário que haja profissionais de tradução na área, capazes de dar respostas às exigências do mercado e, assim, assegurar a credibilidade do destino turístico bem como atrair novos visitantes.

O principal objetivo deste relatório foi descrever o estágio curricular realizado na Divisão de Turismo da Câmara Municipal de Guimarães, tendo em conta uma abordagem teórica e de reflexão sobre a relação entre o turismo e a tradução bem como a importância da última no desenvolvimento turístico das cidades, usando a cidade de Guimarães como estudo de caso.

A realização deste estágio proporcionou-me, entre muitas outras coisas positivas, a possibilidade de ter um contacto profissional com a tradução, nomeadamente a tradução turística, o que permitiu pôr em prática conhecimentos teóricos instrumentais que adquiri ao longo da minha formação académica. Esta foi a minha primeira experiência de tradução profissional e foi tão desafiante e gratificante tanto a nível profissional como a nível pessoal quanto eu podia esperar quando nela ingressei.

Para além disso, o atendimento ao público fez com que melhorasse a comunicação usando as minhas principais línguas de trabalho (inglês e espanhol) e, dessa forma, me sentisse mais capaz de o fazer, procurando sempre corrigir e esclarecer pequenos erros e dúvidas que foram surgindo. Sempre tive interesse na área do turismo por tudo aquilo que engloba e, por essa

razão, tinha as expectativas muito elevadas em relação ao estágio curricular que, felizmente, foram superadas.

Com o virar desta página, e ao redigir este relatório que também é um exercício de revivência fica um sentimento agridoce; se por um lado me sinto recompensada pelo sentimento do dever cumprido e dos resultados obtidos, por outro não posso deixar de sentir alguma nostalgia pois “deixei para trás” uma casa que me ajudou, ensinou e acolheu tão bem durante quatro meses. Mais do que uma aprendizagem, este estágio fez desabrochar em mim uma confiança que eu achava que não tinha o que contribuirá, sem dúvida, positivamente para os desafios que me esperam na vida profissional.

“Every new beginning comes from some other beginning's end.”

(Lucious Annaeus Seneca)

6. Bibliografia

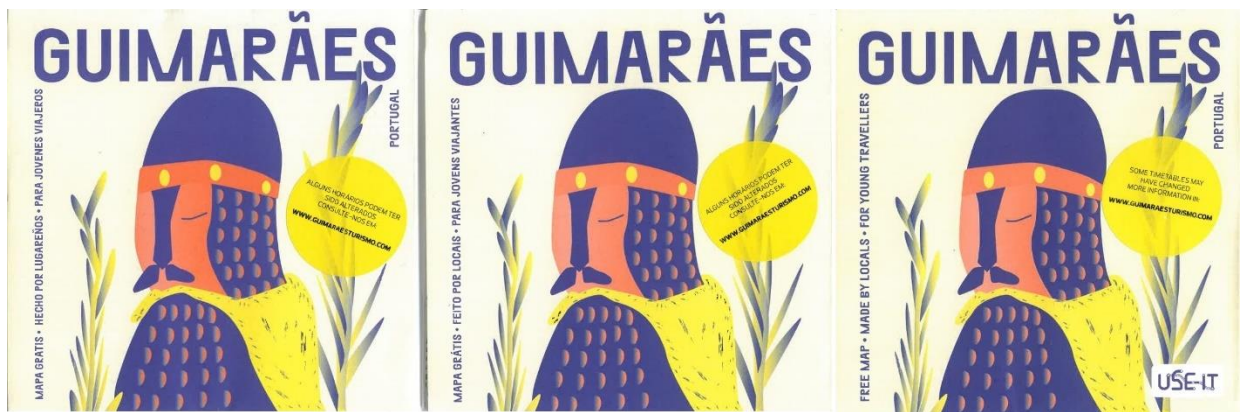
1. Albergaria, Inês. (2019). *A tradução da cultura para o turismo em contexto digital*. [Relatório de Estágio de Mestrado, Universidade do Minho, Braga]. RepositoriUM. <http://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/64640>
2. Alizadeh, A. (2011). *Bridging cultures: Tourism and the art of translation*. International Conference on Social Science and Humanity, 5, pp. 261. Singapore: IACSIT Press. <http://www.ipedr.com/vol5/no1/56-H00132.pdf>
3. Almela, J. (2013). *La traducción de términos culturales en el contexto turístico español-inglés: recepción real en usuarios anglófonos*, In *Quaderns*, Catalunha, Departamento de Tradução e Interpretação da Universidade de Murcia n°20, pp. 235. <https://core.ac.uk/download/pdf/18416284.pdf>
4. Antonakakis, N., Dragouni, M., & Filis, G. (2015). *Economic Modeling - How strong is the linkage between tourism and economic growth in Europe?*, In *Elsevier*, Amesterdão, Vol. 44, pp. 142. <https://doi.org/10.1016/j.econmod.2014.10.018>
5. Aubert, F. (1998). *Modalidades de tradução: teoria e resultados*, In *TradTerm*, São Paulo, Centro Interdepartamental de Tradução e Terminologia FFLCH/USP, Vol. 5, n°1, pp.99. <https://www.revistas.usp.br/tradterm/article/view/49775/53879>
6. Bugnot, M.-A. (2005). *Texto Turístico y Traducción Especializada*. [Tese de doutoramento, Universidade de Málaga, Espanha]. RiUMA. <https://riuma.uma.es/xmlui/handle/10630/2720>
7. Cunha, L. (2010). *A Definição e o Âmbito do Turismo: um aprofundamento necessário*. Recil. <http://hdl.handle.net/10437/665>
8. Du Cros, H. & McKercher, B. (2020). *Cultural Tourism*. (3° edição). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780429277498>
9. EN-15038. 2006, Translation Services: service requirements.
10. Hurtado Albir, A. (2001). *Traducción y Traductología – Introducción a la Traductología*. Ediciones Cátedra (Grupo Anaysa, S.A.).
11. Kelly, D. (1997). *The translation of texts from the tourist sector: textual conventions, cultural distance and other constraints*, In *Trans*, Universidade de Granada, n°2, pp. 34-35. <https://doi.org/10.24310/TRANS.1998.v0i2.2354>

12. Köhler, A. & Durand, J. (2007). *Turismo cultural: conceituação, fontes de crescimento e tendências*, In *Turismo – Visão e Ação*, Brasil, Vol. 9, nº2, pp. 187-188.
<https://www.redalyc.org/pdf/2610/261056102004.pdf>
13. Marques, V. (2011). *Turismo cultural em Guimarães – O perfil e as motivações do visitante*. [Dissertação de Mestrado, Universidade do Minho, Braga]. RepositoriUM.
<https://hdl.handle.net/1822/18041>
14. Munday, J., Pinto, S. & Blakesley, J. (2022). *Introducing translation studies – theories and applications*. (5ª edição). Londres, Routledge.
15. Muñoz, I. (2012). *Caracterización de la Traducción Turística: Problemas, Dificultades y Posibles Soluciones*, In *Revista de Lingüística y Lenguas Aplicadas*, Universidade de Málaga, Vol. 7, pp. 104-112. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4778780>
16. Nadal, L. (2009). *Los culturemas: ¿unidades lingüísticas, ideológicas o culturales?*, In *Language Design: Journal of Theoretical and Experimental Linguistics*, nº11, pp.94.
http://elies.rediris.es/Language_Design/LD11/LD11-05-Lucia.pdf
17. Rosenberg, R. (2013). *Turismo e Tradução - A importância da tradução na área do turismo*. [Relatório de Estágio de Mestrado, Universidade de Coimbra]. Repositório científico da UC. <http://hdl.handle.net/10316/35959>
18. Rubel, P. G., & Rosman, A. (2003). *Translating Cultures: Perspectives on translation and anthropology*. (1ª edição). Londres, Routledge. [https://books.google.pt/books?hl=pt-PT&lr=&id=UMXrDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=Rubel,+P.+G.,+%26+Rosman,+A.+\(2003\).+Translating+Cultures&ots=54_wFooG9b&sig=C8hgs6FvxBTSftBaHLfTQ9okDRQ&redir_esc=v#v=onepage&q&f=false](https://books.google.pt/books?hl=pt-PT&lr=&id=UMXrDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=Rubel,+P.+G.,+%26+Rosman,+A.+(2003).+Translating+Cultures&ots=54_wFooG9b&sig=C8hgs6FvxBTSftBaHLfTQ9okDRQ&redir_esc=v#v=onepage&q&f=false)
19. Sancho, A. (1994). *Introducción al Turismo*. [Projeto, Universidade Andina Simón Bolívar, Bolívia].
Repositorio Digital Académico.
<http://repositorio.uasb.edu.bo/handle/54000/1178>

Anexo 3 - Guia da Cidade em várias línguas



Anexo 4 - "Use It" (espanhol, português e inglês)



Anexo 5 - Mapa da Montanha da Penha (inglês, português, francês e espanhol)



Anexo 6 - Mapa das Caldas das Taipas (português, inglês, francês e espanhol)



Anexo 7 - Mapa de São Torcato (inglês, português, francês e espanhol)



Anexo 8- Rota das Camélias (espanhol, português, inglês e francês)



Anexo 9 - Rota do Enoturismo (inglês, português, espanhol e francês)



Anexo 10 - Guia de Percursos Pedestres (português, inglês e espanhol)

GUIMARÃES
GUIA DE PERCURSOS PEDESTRES
HIKING TRAILS GUIDE
GUIA DE RUTAS DE SENDERISMO

PORTUGUÊS
INFORMAÇÃO DE CONTACTO
POSTO DE TURISMO DA RUA PAO GALUÇO
 Rua Paço de S. Tiago, 100
 4812-422 Guimarães
 Tel: (+351) 253 233 223
 email: info@guimaraes-turismo.com
 www.guimaraes-turismo.com

INGLÊS
CONTACT INFORMATION
TOURIST OFFICE
 Rua Paço de S. Tiago, 100
 4812-422 Guimarães
 Tel: (+351) 253 233 223
 email: info@guimaraes-turismo.com
 www.guimaraes-turismo.com

ESPAÑOL
INFORMACIÓN DE CONTACTO
POSTO DE TURISMO
 Rua Paço de S. Tiago, 100
 4812-422 Guimarães
 Tel: (+351) 253 233 223
 email: info@guimaraes-turismo.com
 www.guimaraes-turismo.com

<p>PR1. S. TORCATO E SEUS MOINHOS FICHA TÉCNICA Localização: S. Torcato Natureza: Desportivo-histórico-cultural, ambiental e paisagística Tipo de percurso: Pequena Rota, por caminhos rurais Duração do percurso: 8,5 Km - circular Duração do percurso: 1h30 - 2h00 Horário de utilização: Fado Dificuldade: Plano, sem obstáculos Época recomendada: Todo o ano</p> <p>PR1. S. TORCATO AND ITS WATER MILLS OVERVIEW OF THE ROUTE Location: São Torcato Nature: Recreational-historical-cultural, environmental and landscape Type of route: Small, over rural paths and rivers Duration of the route: 8.5 Km - in circular route Duration of the route: Approximately 1 hour and 30 minutes to complete Hours of utilization: Fado Amount of climbing: Primarily level ground along the walking path Best time of the year for the route: All year round</p> <p>PR1. S. TORCATO E SUS MOINLOS FICHA TÉCNICA Localização: S. Torcato Natureza: Desportivo-histórico-cultural, ambiental e paisagística Tipo de percurso: Pequena Rota, por caminhos rurais Duração do percurso: 8,5 Km - circular Duração do percurso: 1h30 - 2h00 Horário de utilização: Fado Dificuldade: Plano, sem obstáculos Época recomendada: Todo o ano</p>	<p>PR2. ROTA DA CITÂNIA FICHA TÉCNICA Localização: S. Salvador de Bragança Natureza: Histórico-cultural, ambiental e paisagística Tipo de percurso: Pequena Rota, por caminhos rurais Duração do percurso: 9,5 Km - circular Duração do percurso: 2h00 - 2h30 Horário de utilização: Fado Dificuldade: Plano, sem obstáculos Época recomendada: Todo o ano</p> <p>PR2. THE CITÂNIA ROUTE OVERVIEW OF THE ROUTE Location: Amial and Espinho - São Salvador de Bragança Nature: Historical-cultural, environmental and landscape Type of route: Small, over rural paths and rivers Duration of the route: 9.5 Km - in circular route Duration of the route: Approximately 2 hours to complete Hours of utilization: Fado Amount of climbing: Primarily level ground along the walking path Best time of the year for the route: All year round</p> <p>PR2. RUTA DE LA CITÂNIA FICHA TÉCNICA Localização: S. Salvador de Bragança Natureza: Histórico-cultural, ambiental e paisagística Tipo de percurso: Pequena Rota, por caminhos rurais Duração do percurso: 9,5 Km - circular Duração do percurso: 2h00 - 2h30 Horário de utilização: Fado Dificuldade: Plano, sem obstáculos Época recomendada: Todo o ano</p>	<p>PR3. ROTA DA PENHA FICHA TÉCNICA Localização: Guimarães (Parque da Cidade ou Igreja de N. Sra. da Conceição e Santos Passos (S. Guatier)) Natureza: Histórico-cultural, ambiental e paisagística Tipo de percurso: Pequena Rota Duração do percurso: 8,5 Km Duração do percurso: 2h00 - 2h30 Horário de utilização: Fado Dificuldade: Cota máxima 210m / máxima 615m Época recomendada: Todo o ano</p> <p>PR3. THE PENHA ROUTE OVERVIEW OF THE ROUTE Location: Guimarães (from the City Park or Church of N. Sra. da Conceição and Santos Passos (S. Guatier)) Nature: Historical-cultural, environmental and landscape Type of route: Small route Duration of the route: 8.5 Km Duration of the route: Approximately 2 hours to complete Hours of utilization: Fado Amount of climbing: Route varies from heights of 210m to 615m Best time of year for the route: All year round</p> <p>PR3. RUTA DE LA PENHA FICHA TÉCNICA Localização: Guimarães (Parque de la Ciudad o Igreja de N. Sra. da Conceição e Santos Passos (S. Guatier)) Natureza: Histórico-cultural, ambiental e paisagística Tipo de percurso: Pequena Rota Duração do percurso: 8,5 Km Duração do percurso: 2h00 - 2h30 Horário de utilização: Fado Dificuldade: Cota máxima 210m / máxima 615m Época recomendada: Todo o ano</p>	<p>MARKAS DE SINALIZAÇÃO DE PERCURSOS ROUTE SIGNPOSTS SERIALIZACIÓN DE RUTAS</p> <p>PR1. S. TORCATO E SEUS MOINHOS </p> <p>PR2. ROTA DA CITÂNIA </p> <p>PR3. ROTA DA PENHA </p> <p>PERFIL DE PERCURSO ROUTE PROFILE PERFIL DE RUTA</p>
--	---	---	--

Anexo 11 - Participação na visita com os Guias-Intérpretes de Portugal

Município de Guimarães
 23 de março

TURISMO | O Vereador, Paulo Lopes Silva, recebeu na Câmara Municipal um grupo de guias-intérpretes, oriundos de diversos pontos do país, que estão de visita a Guimarães durante dois dias.

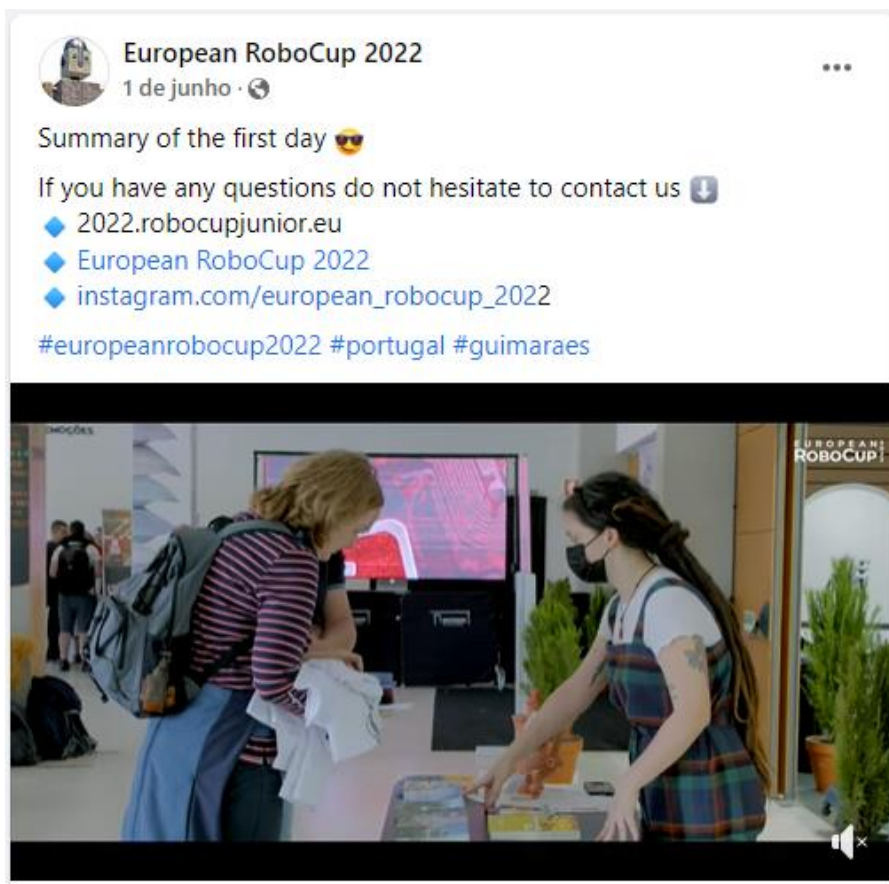
Esta visita decorre no âmbito da Estratégia de Turismo, tendo como mote a unificação turística do território e promover a ampla oferta de Guimarães nas áreas da gastronomia, enoturismo, património e natureza.

Paulo Lopes Silva desafiou os guias-intérpretes a serem os "embaixadores" de Guimarães junto dos programadores / operadores turísticos.

#Guimaraes #TurismodeGuimaraes #SNATTI #VisitGuimaraes #TimeToTravel #TimeToBe #TimeToRestart #VisitPortugalWithACertifiedTouristGuide #GuiasdePortugalBySNATTI #GuiasDePortugal4ALL #FEG_QualifiedTouristGuide #VisitPortugal #CantSkipPortugal



Anexo 12 - Participação na European RoboCup 2022





Archaeology
Museo de Cultura Castroje (Castro Culture)

A PERMANENT EXHIBITION EVOKES THE ARCHAEOLOGISTS' LIFE AND WORK



The museum is located in Solar do Poente, an old farmhouse built in the late 18th century.

Location: Solar do Poente, Castroje, Portugal
Address: Rua da Igreja, 100, 4700-000 Castroje, Portugal
Phone: +351 255 300 100
Website: www.museuportugal.gov.pt

The archaeologist Francisco Ferrás (1868-1930), who was the first to excavate the Castroje site, is the central figure in the permanent exhibition. The exhibition is divided into three main sections: the life and work of the archaeologist, the archaeological site of Castroje, and the archaeological site of the Castroje site. The exhibition is a permanent exhibition that is open to the public. It is a permanent exhibition that is open to the public. It is a permanent exhibition that is open to the public.

Sacred Art
Alberto Sampaio Museum



THE MUSEUM IS LOCATED WHERE, IN THE 10TH CENTURY, COUNTS MUMADONA DIAS ORDERED THE CONSTRUCTION OF A MONASTERY. THE ORIGINAL TOWN GREW AROUND IT



Location: Rua da Igreja, 100, 4700-000 Castroje, Portugal
Address: Rua da Igreja, 100, 4700-000 Castroje, Portugal
Phone: +351 255 300 100
Website: www.museuportugal.gov.pt

The museum was created in 2021 to house the artistic assets of the archaeological site of Solar do Poente, which was the site of the construction of a monastery in the 10th century. The museum is located in the site of the construction of a monastery in the 10th century. The museum is located in the site of the construction of a monastery in the 10th century.

Nowadays, an extensive area of ruins can be seen, both on the upper plateau (archaeological site) and on the lower plateau. However, despite the many excavations already carried out, the bulk of the settlement still hides many secrets and valuable archaeological information.



Archaeology
Citânia de Briteiros

CITÂNIA DE BRITEIROS IS ONE OF THE FIRST FORMS OF CITY, KNOWN IN THE NORTHWEST OF THE IBERIAN PENINSULA

Citânia de Briteiros is one of the most important prehistoric archaeological sites in the Iberian Peninsula. It is a prehistoric site that is open to the public. It is a prehistoric site that is open to the public. It is a prehistoric site that is open to the public.

Sacred Art
Museológico do Convento de Santo António dos Capuchos



THE MUSEUM IS LOCATED IN AN OLD CONVENT

The Museu do Convento de Santo António dos Capuchos was created in 2005 to house the artistic assets of the archaeological site of Solar do Poente, which was the site of the construction of a monastery in the 10th century. The museum is located in the site of the construction of a monastery in the 10th century. The museum is located in the site of the construction of a monastery in the 10th century.

Location: Rua da Igreja, 100, 4700-000 Castroje, Portugal
Address: Rua da Igreja, 100, 4700-000 Castroje, Portugal
Phone: +351 255 300 100
Website: www.museuportugal.gov.pt

Contemporary Art
International Arts Centre José de Guimarães (CIAIG)



THE CIAIG WORKS LIKE AN ATLAS, BRINGING TOGETHER AND RELATING OBJECTS, IMAGES AND IDEAS FROM VERY DIFFERENT CULTURES

The CIAIG works like an atlas, bringing together and relating objects, images and ideas from very different cultures. It is a contemporary art center that is open to the public. It is a contemporary art center that is open to the public. It is a contemporary art center that is open to the public.

Location: Rua da Igreja, 100, 4700-000 Castroje, Portugal
Address: Rua da Igreja, 100, 4700-000 Castroje, Portugal
Phone: +351 255 300 100
Website: www.museuportugal.gov.pt

Science
Centro de Ciência Viva (Guimarães Science Centre)



LOCATED IN A FORMER TANNING FACTORY AT ZONA DE COUROS

The Centro de Ciência Viva is located in a former tanning factory in the Zona de Couros. It is a science center that is open to the public. It is a science center that is open to the public. It is a science center that is open to the public.

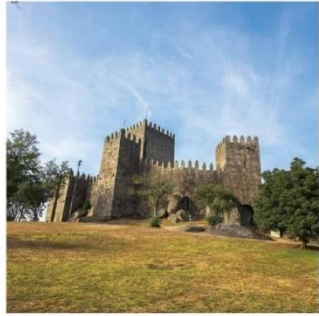
Location: Rua da Igreja, 100, 4700-000 Castroje, Portugal
Address: Rua da Igreja, 100, 4700-000 Castroje, Portugal
Phone: +351 255 300 100
Website: www.museuportugal.gov.pt



Local History
Casa da Memória de Guimarães

**MORE THAN A SIMPLE
 COMMEMORATION, CASA DA
 MEMÓRIA GIVES THE
 VISITORS AN EXPERIENCE**

Casa da Memória is a center for interpretation and research of the city's history. It is a modern building that houses a permanent exhibition of the city's history, from the 11th century to the present day. The exhibition is divided into several thematic areas, including the city's origins, the reign of King Afonso III, the city's role in the Reconquista, and the city's history in the 19th and 20th centuries. The building also houses a library and a museum of local art.



Historical Monuments
Guimarães Castle - Interpretation Centre

**GUIMARÃES CASTLE IS THE
 ONE THAT, BY EXCELLENCE,
 IS MOST CLOSELY
 CONNECTED TO THE
 ORIGINS OF PORTUGAL**

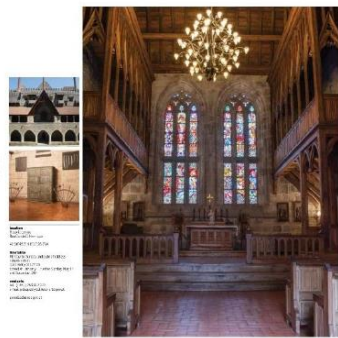
Guimarães Castle is the site where the first king of Portugal, Afonso I, was crowned in 1139. The castle was built by the Count of Guimarães, Afonso Henriques, and it was here that he led the Battle of Guimarães in 1168, which was a decisive victory for the Portuguese against the Castilians. The castle is a UNESCO World Heritage Site and is one of the most important historical monuments in Portugal.



Historical Monuments
Palácio dos Duques de Bragança

**ITS CONSTRUCTION
 BEGAN BETWEEN 1420
 AND 1433**

The Palace of the Dukes of Bragança is a large stone building that was built between 1420 and 1433. It was the residence of the Dukes of Bragança and is one of the most important historical monuments in Guimarães. The palace is a UNESCO World Heritage Site and is one of the most important historical monuments in Portugal.



Highlight: the organ, the chandelier, the ceiling and the stained glass windows.

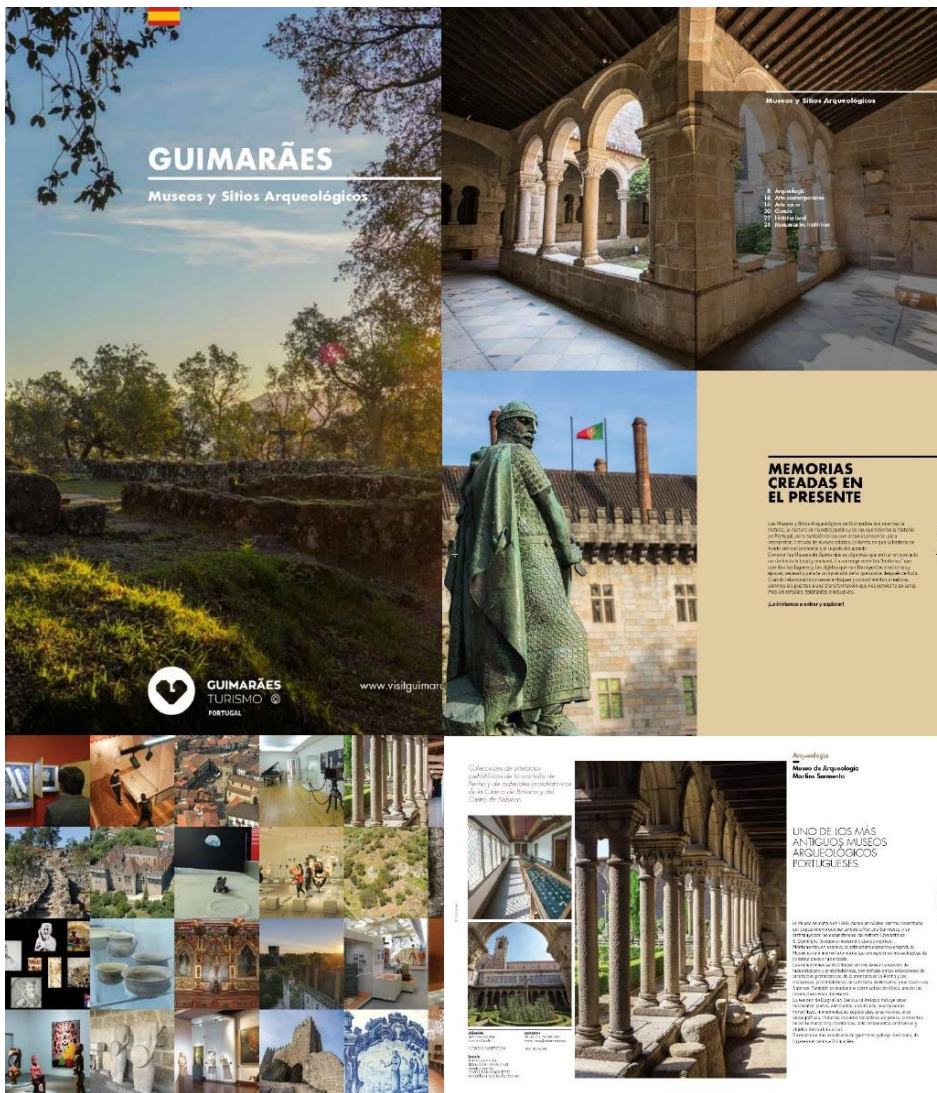
Guimarães - Património Mundial

Tourism Office of Praça de S. Tiago
 Largo Interpretativa do Turismo de Guimarães
 Praça S. Tiago
 4830-300 Guimarães
 Tel: +351 253 421 223
 info@visagimmarcos.brave

Tourism Office of Rua Paio Galvão
 Rua Paio Galvão, nº 5 e 6
 4810-500 Guimarães
 Tel: +351 253 421 223
 info@visagimmarcos.brave

unesco
 World Heritage Site

Anexo 14 - Tradução da brochura “Guimarães - Museus e Sítios Arqueológicos” (espanhol)





Arqueología
Museo de la Cultura Ceja

**LA EXPOSICIÓN PERMANENTE
EVOKA LA VIDA Y EL TRABAJO
DEL ARQUEÓLOGO**



El museo se encuentra en una antigua finca construida a finales del siglo XVII.

El arqueólogo y historiador Martín Samperio (2019), nacido en Quibdó, tiene un espacio de trabajo en su ciudad natal que se dedica a investigar y enseñar sobre la historia y el patrimonio cultural de la región. Su trabajo se centra en el estudio de los sitios arqueológicos y en la promoción del patrimonio cultural de la zona. Su trabajo se centra en el estudio de los sitios arqueológicos y en la promoción del patrimonio cultural de la zona. Su trabajo se centra en el estudio de los sitios arqueológicos y en la promoción del patrimonio cultural de la zona.

El patrimonio cultural



Arte Sacro
Museo de Alberto Samperio

EL MUSEO OCUPA EL LUGAR DONDE, EN EL SIGLO X, LA CONDESA MUJANONA DIAS ORDENÓ LA CONSTRUCCIÓN DE UN MONASTERIO. LA POBLACIÓN CRECIÓ A SU AREDEDOR.

En el siglo X, el monasterio se convirtió en una parroquia de la diócesis de Santa María y más tarde en la parroquia de Santa María de la Cruz. El monasterio fue fundado por la condesa Mujanona Díaz en el año 920. El monasterio fue fundado por la condesa Mujanona Díaz en el año 920. El monasterio fue fundado por la condesa Mujanona Díaz en el año 920.

El patrimonio cultural

En la actualidad, no puede ser visto exteriormente, pero se puede apreciar su estructura y su forma original. Sin embargo, tras la demolición de la estructura original, el subsuelo del asentamiento aún conserva muchos muros y vestigios de la arquitectura romana.



Arqueología
Ciudad de Britones



Arqueología
Ciudad de Britones

**LA CIUDAD DE BRITONES
ES UNA DE LAS PRIMERAS
FORMAS DE PUEBLO
CONOCIDAS EN EL
NOROCCIDENTE DE LA
PENINSULA IBERICA**

La Ciudad de Britones es uno de los poblados protohistóricos más importantes de la Península Ibérica. Fue fundada en el siglo III a.C. por los britanos, un pueblo céltico que habitaba en el noroeste de la Península Ibérica. La ciudad fue fundada en el siglo III a.C. por los britanos, un pueblo céltico que habitaba en el noroeste de la Península Ibérica.

El patrimonio cultural



Arte Sacro
Museo del Convento de Santo Antonio de los Capuchos

OCUPA EL ESPACIO DE UN ANTIGUO CONVENTO DEL SIGLO XVII

El Museo del Convento de Santo Antonio de los Capuchos fue fundado en el siglo XVII. El museo fue fundado en el siglo XVII. El museo fue fundado en el siglo XVII.

El patrimonio cultural



Arte Contemporáneo
Centro Internacional de las Artes José de Colón

**EL CIAJ OPERA COMO UN
ATLAS, AL REUNIR Y
RELACIONAR OBJETOS,
IMÁGENES E IDEAS DE
CULTURAS DE LUGARES MUY
DIFERENTES**

El CIAJ opera como un atlas, al reunir y relacionar objetos, imágenes e ideas de culturas de lugares muy diferentes. El CIAJ opera como un atlas, al reunir y relacionar objetos, imágenes e ideas de culturas de lugares muy diferentes.

El patrimonio cultural



Ciencias
Centro de Ciencias Viva

**UBICADO EN LA ZONA DE
COURTOS, EN UNA ANTIGUA
CURTIDURIA DE CUÉROS**

El Centro de Ciencias Viva está ubicado en la zona de Courtos, en una antigua curtiduría de cueros. El Centro de Ciencias Viva está ubicado en la zona de Courtos, en una antigua curtiduría de cueros.

El patrimonio cultural

Anexo 15 - Avaliação final do estágio por parte da Entidade Acolhedora

Avaliação do estágio da aluna Alexandra Rodrigues Lopes Cunha

O estágio decorreu no Edifício do Turismo, o qual também corresponde, igualmente, ao local do Posto de Turismo da Praça de S. Tiago, no Centro Histórico de Guimarães, e teve como atividades centrais a tradução de documentos de promoção turística e o atendimento ao turista.

A estagiária mostrou-se empenhada e interessada, desde a primeira hora, tendo-se revelado muito cooperante e participativa em todas as tarefas de forma positiva e ativa, tendo o trabalho revelado bastante interesse para a Entidade acolhedora do estágio.

A estagiária demonstrou possuir capacidade técnica, entre outros, fluência em línguas estrangeiras na escrita e oral, com destaque para as línguas inglesa e castelhana, traduzindo-se num resultado bastante satisfatório e qualitativo para a organização e para com visitantes que procuraram informação turística.

Demonstrou ser capaz de desenvolver as funções que lhe foram atribuídas de forma autónoma e responsável.

Revelou, igualmente, iniciativa e espírito de equipa para com os funcionários do Município, bem como para com outros estagiários, fomentando o bom ambiente entre todos.

Muito educada, revelou capacidade de adaptação e compromisso para com o serviço e sentido de responsabilidade no que diz respeito a pontualidade e assiduidade.

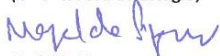
Comentários/Observações:

Considerando que a área de formação não é o Turismo, a aluna estagiária mostrou, desde o início, grande interesse, destacando-se o espírito comunicativo, interativo e o profissionalismo com que assumiu as funções nos balcões de atendimento, prestando informações de carácter histórico-cultural aos visitantes.

Da parte da Divisão de Turismo da Câmara Municipal de Guimarães, a proposta para nota final de estágio é de Muito Bom.

Guimarães, 7 de julho 2022.

A Chefe de Divisão do Turismo,
(Orientadora do Estágio)



Mafalda Pizarro

8. Apêndices

Apêndice A - Quiz Interativo “Abrir Horizontes”

Abrir Horizontes

Este breve questionário tem como principal objetivo ajudá-lo a escolher qual o sítio ideal para visitar na Cidade Berço tendo em conta as suas preferências. Vamos a isso?



COMEÇAR!

← 1/6 →

O que prefere?



Áreas Verdes



Centros Urbanos

← 2/6 →

O que prefere?



Centro Histórico



Fora do Centro Histórico

← 3/6 →

O que prefere?



Tempos Antigos



Tempos Modernos

← 4/6 →

O que prefere?



Descobrir por si Próprio



Visitas Organizadas

O que prefere?



Caminhos na Natureza



Transportes

O que prefere?



Relaxar



Adrenalina

Castelo de Guimarães, Paço dos Duques de Bragança, Percurso do Adarve da Muralha

Visitar estes três marcos da nossa cidade é como fazer uma viagem pelo tempo.

O Castelo de Guimarães é um dos monumentos que melhor representa a identidade portuguesa e remonta ao séc. X.

O imponente Paço dos Duques de Bragança, a majestosa casa senhorial do séc. XV, é também uma paragem obrigatória pois trata-se de um exemplar único em toda a Península Ibérica.

Caminhar pelo Adarve da Muralha, que resistiu a vários ataques, é também caminhar pela história de Portugal.



Monumentos

A nossa cidade está repleta de história e cada esquina tem algo para contar. Desde os inúmeros monumentos espalhados pelas ruas até aos museus que concentram todo o tipo de arte, há muito para conhecer e aprender sobre a cidade onde nasceu Portugal. Diz-se que foi numa das inúmeras igrejas de Guimarães que foi batizado o primeiro rei de Portugal, D. Afonso Henriques. Consegue descobrir em qual?



Zona de Couros e Centro de Ciência Viva

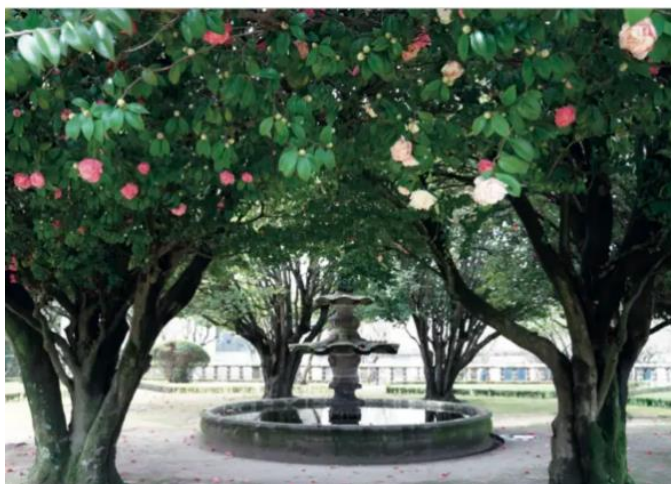
Sabe-se que a tradição de trabalhar o couro é já antiga na cidade de Guimarães, dizem que esta atividade já se realiza desde a Idade Média. Curioso? Venha conhecer um pouco mais!



Espaços Verdes

Se é amante da Natureza existem vários sítios que não pode deixar de visitar em Guimarães.

- Montanha da Penha: um parque natural que conjuga a religiosidade com a Natureza.
- Jardins de Camélias: para ver camélias únicas tanto pela sua espécie como raridade e dimensão.
- Quintas Vinícolas: para provar o nosso vinho verde de excelência.
- Parque da Cidade: perfeito para relaxar num dia de calor.
- Percursos pedestres: S. Torcato e Seus Moinhos, Rota da Penha, Rota da Citânia.



Vilas

Não é só o Centro Histórico de Guimarães que possui património que vale a pena conhecer, nos arredores podemos encontrar a Vila de S. Torcato (o Santo do Povo), a Vila das Caldas das Taipas (onde podemos conhecer os Banhos Velhos).

Curioso?



Taipas Termal

Uma estância termal, que era já utilizada na época dos romanos, é a melhor escolha para a prática termal de saúde e de bem-estar, relaxar e repor energias.



Viva Park

Um recinto com 10 hectares de área para descobrir, conhecer e desfrutar o mundo da natureza bem como praticar desportos de aventura, realizar eventos e atividades inovadoras aliando o bem-estar físico e psicológico, num cenário belíssimo.

