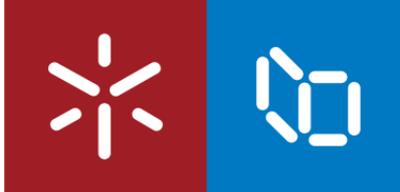




Universidade do Minho
Escola de Letras, Artes e Ciências Humanas

Neuza Carvalho da Silva

Porto e Norte de Portugal:
Da História ao Turismo Cultural
Experiência de Estágio no Porto Welcome
Center



Universidade do Minho

Escola de Letras, Artes e Ciências Humanas

Neuza Carvalho da Silva

**Porto e Norte de Portugal:
Da História ao Turismo Cultural
Experiência de Estágio no Porto Welcome
Center**

Relatório de Estágio Curricular
Mestrado em Tradução e Comunicação Multilíngue

Trabalho efetuado sob a orientação da:
Professora Doutora Sílvia Araújo

DIREITOS DE AUTOR E CONDIÇÕES DE UTILIZAÇÃO DO TRABALHO POR TERCEIROS

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

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

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

Licença concedida aos utilizadores deste trabalho



**Atribuição
CC BY**

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

Agradecimentos

A conclusão deste relatório marca o fim de um longo capítulo e da minha jornada como estudante de línguas na Universidade do Minho. Não seria possível percorrer este caminho sem o apoio incondicional de todas as pessoas que me rodeiam. Este agradecimento é para eles, que nunca desistiram de mim e sempre acreditaram que eu conseguiria alcançar tudo o que o meu coração desejasse.

Aos meus pais, que me apoiaram ao longo da minha vida, e que sempre acreditaram que eu poderia chegar mais longe.

À minha família, que sempre se mostrou pronta a ajudar-me em qualquer problema que surgisse, apoiando-me incondicionalmente.

À Professora Doutora Sílvia Araújo, pela sua disponibilidade, orientação e incentivo.

Às técnicas de turismo do *Porto Welcome Center* e aos técnicos da ATP, que me ajudaram durante o estágio, sempre com muita atenção e paciência, e possibilitaram uma boa experiência curricular.

Aos meus amigos que, direta ou indiretamente, ajudaram-me a ultrapassar as dificuldades e deram-me forças para continuar.

Às pessoas que, indiretamente, ajudaram-me todos os dias a nunca perder a esperança, e motivaram-me a fazer sempre melhor e a seguir em frente.

A todos estes, estendo a minha maior gratidão. Nada seria possível sem o vosso apoio, carinho e motivação.

Por fim, gostava de agradecer a mim própria, por nunca ter desistido!

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.

Porto e Norte de Portugal: Da História ao Turismo Cultural

Experiência de Estágio no Porto Welcome Center

Resumo

O presente relatório tem por base o estágio curricular realizado no *Porto Welcome Center* – Loja Interativa de Turismo, durante os meses de fevereiro, março e abril de 2022, para a conclusão do mestrado em Tradução e Comunicação Multilíngue da Universidade do Minho.

No decorrer do estágio, foi possível expandir os conhecimentos na área do turismo e aprender novas técnicas de comunicação com os turistas internacionais. Foi também possível concluir todos os objetivos demarcados para a duração do mesmo, como o atendimento ao público estrangeiro em português, inglês e espanhol, com a partilha de informação detalhada sobre a cidade do Porto e a região norte de Portugal.

Este relatório tem como principal objetivo a reflexão do trabalho realizado no decorrer dos três meses, com a demonstração de gráficos, que contêm as estatísticas mensais da loja, a descrição das tarefas realizadas, como a comunicação multilíngue e a promoção da cidade do Porto e da região do Norte de Portugal, e uma pequena abordagem ao material turístico utilizado diariamente no PWC.

Além disto, o relatório irá abordar vários temas relacionados com o estágio curricular. A primeira parte fala das características da região norte do país, especificamente sobre o Porto, cidade onde realizei o estágio, onde falo um pouco da história e património, que são fatores atrativos para os turistas de todo o mundo. A segunda parte fala sobre o turismo, como setor económico e social, com a sua evolução ao longo dos séculos, as aproximações a uma definição de turismo, os variados tipos de turismo pelo mundo, desde o turismo cultural ao enoturismo, o turismo como fenómeno global, explicando um pouco do turismo na cidade do Porto, a tradução no setor de turismo, que aborda aspetos como os problemas e estratégias da tradução de textos turísticos, e a comunicação multilíngue na área.

Palavras-Chave: Cultura; Comunicação Multilíngue; História; Porto e Norte; Turismo

Porto e Norte de Portugal: Da História ao Turismo Cultural

Experiência de Estágio no Porto Welcome Center

Abstract

This report is based on the internship undertaken at the *Porto Welcome Center - Loja Interativa de Turismo do Porto*, during the months of February, March, and April 2022, for the conclusion of the master's degree in Translation and Multilingual Communication at the University of Minho.

During the internship, it was possible to expand the knowledge in the field of tourism and learn new communication techniques with international tourists. It was also possible to conclude all the objectives set for the duration of the internship, such as assisting the foreign public in Portuguese, English and Spanish, with the exchange of detailed information about the city of Oporto and the northern region of Portugal.

This report aims to make a reflection of the work done during the three months, with the demonstration of graphics, which contain the monthly statistics of the office, the description of the tasks performed, such as multilingual communication and the promotion of the city of Oporto and the region of Northern Portugal, and a small approach to the touristic material used daily in the PWC.

Besides this, the report will address several topics related to the curricular internship. The first part talks about the characteristics of the northern region of the country, specifically about Porto, the city where I did my internship, where I talk a little about the history and heritage, which are attractive factors for tourists from around the world. The second part talks about tourism, as an economic and social sector, with its evolution over the centuries, the approaches to a definition of tourism, the various types of tourism around the world, from cultural tourism to enotourism, tourism as a global phenomenon, explaining a little about tourism in the city of Porto, translation in the tourism sector, which addresses aspects such as the problems and strategies in the translation of tourist texts, and multilingual communication in the area.

Keywords: Culture; History; Multilingual Communication; Oporto and Northern Portugal; Tourism

Índice

| | |
|--|-----|
| DIREITOS DE AUTOR E CONDIÇÕES DE UTILIZAÇÃO DO TRABALHO POR TERCEIROS | ii |
| Agradecimentos | iii |
| DECLARAÇÃO DE INTEGRIDADE | iv |
| Resumo | v |
| Abstract | vi |
| Índice de Figuras | ix |
| Índice de Gráficos | ix |
| Índice de Tabelas | ix |
| Abreviaturas e Siglas | x |
| 1. Introdução | 1 |
| 2. Porto e Norte de Portugal | 3 |
| 2.1. Caracterização da Região | 3 |
| 2.2. História e Património – Cidade do Porto | 4 |
| 2.2.1. Estação de São Bento..... | 5 |
| 2.2.2. Ponte Luís I | 6 |
| 2.2.3. Catedral do Porto..... | 7 |
| 2.2.4. Igreja de São Francisco..... | 8 |
| 2.2.5. Palácio da Bolsa | 9 |
| 2.2.6. Livraria Lello | 9 |
| 2.2.7. Igreja e Torre dos Clérigos | 11 |
| 3. Turismo: Evolução, Comunicação e Tradução | 12 |
| 3.1. Evolução do Turismo | 12 |
| 3.1.1. Definição de Turismo | 12 |
| 3.1.2. História do Turismo | 14 |
| 3.1.3. Tipos de Turismo | 16 |
| 3.1.4. Turismo no Mundo Atual..... | 19 |
| 3.1.5. Turismo em Portugal | 20 |
| 3.1.6. Turismo no Porto..... | 21 |
| 3.2. Comunicação e Linguagem no Turismo | 21 |
| 3.3. Tradução no Turismo | 22 |
| 3.3.1. Problemas na Tradução de Textos Turísticos..... | 23 |
| 3.3.2. Estratégias de Tradução..... | 24 |
| 4. Turismo do Porto e Norte de Portugal: Porto Welcome Center | 27 |

| | |
|--|----|
| 4.1. Apresentação da Entidade Acolhedora | 27 |
| 4.2. Promoção Turística | 28 |
| 4.2.1. Produtos Estratégicos | 28 |
| 4.2.2. Dados Estatísticos..... | 31 |
| 4.3. Estágio Curricular | 34 |
| 4.3.1. Descrição das Tarefas Realizadas | 34 |
| 4.3.2. Perguntas Frequentes | 36 |
| 4.3.3. Dados Estatísticos – Pessoais | 37 |
| 5. Considerações Finais | 40 |
| Bibliografia | 42 |
| Anexos | 46 |
| Anexo 1 – Dados Estatísticos fevereiro | 46 |
| Anexo 2 – Dados Estatísticos março | 47 |
| Anexo 3 – Dados Estatísticos abril | 48 |
| Anexo 4 – Avaliação da Orientadora do PWC do Estágio Curricular | 49 |

Índice de Figuras

| | |
|---|----|
| Figura 1 - Logótipo do Turismo do Porto e Norte de Portugal | 28 |
| Figura 2 - Livro "Centros Históricos Norte de Portugal" | 29 |
| Figura 3 - Livro "Castelos Norte de Portugal" | 29 |
| Figura 4 - Livro "Monumentos Norte de Portugal" | 29 |
| Figura 5 - Livro "Short Breaks Norte de Portugal" | 29 |
| Figura 6 - Livro "Reserva da Biosfera Transfronteiriça Gerês-Xurés" | 29 |
| Figura 7 - Livro "Sítios Património Mundial Norte de Portugal" | 29 |
| Figura 8 - Livro "Viajar em Família Norte de Portugal" | 29 |
| Figura 9 - Livro "Aldeias Norte de Portugal" | 29 |
| Figura 10 - Livro "Festas e Romarias Norte de Portugal" | 29 |
| Figura 11 - Capa do Mapa Turístico Porto e Norte de Portugal | 30 |
| Figura 12 - Capa do Mapa dos Caminhos Portugueses de Santiago | 30 |
| Figura 13 - Capa do Mapa da Cidade do Porto | 30 |
| Figura 14 - Avaliação do Estágio Curricular | 49 |
| Figura 15 - Avaliação do Estágio Curricular | 50 |

Índice de Gráficos

| | |
|--|----|
| Gráfico 1 - Inquérito sobre o tempo de recuperação do crescimento do turismo após a pandemia mundial do Covid-19 - setembro 2022 | 20 |
| Gráfico 2 - Turistas que visitaram o PWC - fevereiro, março e abril 2022 | 31 |
| Gráfico 3 - Países recorrentes no PWC - fevereiro 2022 | 32 |
| Gráfico 4 - Países recorrentes no PWC - março 2022 | 32 |
| Gráfico 5 - Países recorrentes no PWC - abril 2022 | 33 |
| Gráfico 6 - Número de turistas que atendi - abril 2022 | 38 |

Índice de Tabelas

| | |
|--|----|
| Tabela 1 - Tipos de Turismo | 17 |
| Tabela 2 - Métodos de Tradução | 25 |
| Tabela 3 - Métodos de Tradução | 26 |
| Tabela 4 - Dados Estatísticos - fevereiro 2022 | 46 |
| Tabela 5 - Dados Estatísticos - março 2022 | 47 |
| Tabela 6 - Dados Estatísticos - abril 2022 | 48 |

Abreviaturas e Siglas

ATP – Associação de Turismo do Porto e Norte

CEE – Comunidade Económica Europeia

OMT – Organização Mundial do Turismo

ONU – Organização das Nações Unidas

PCR - *Polymerase Chain Reaction*

PWC – *Porto Welcome Center*

STCP - Sociedade de Transportes Colectivos do Porto

TIC – Tecnologias de Informação e Comunicação

TPNP – Turismo do Porto e Norte de Portugal

UNESCO - *United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization*

UNWTO - *World Tourism Organization*

1. Introdução

Sabemos que o setor do turismo teve um enorme crescimento ao longo dos séculos. Hoje é um dos maiores empregadores do mundo, este expande-se e cresce nacional e internacionalmente, e é, acima de tudo, um fenómeno económico, social, cultural e político.

As pessoas viajam por todo o mundo com o entusiasmo de conhecer novos lugares, pessoas e culturas. A fuga da vida quotidiana e a procura de novas experiências faz com que as pessoas procurem cada vez mais novos lugares.

Os lugares culturais e históricos de um país são fatores atrativos para os visitantes de todo o mundo. Estes monumentos icónicos estão repletos de histórias de séculos de desenvolvimento, e são importantes para definir a história de um local.

A escolha de realização do estágio curricular no *Porto Welcome Center* teve em consideração os meus gostos pessoais pelo setor turístico, pretendendo assim, conhecer mais e expandir os meus conhecimentos na área do turismo. A cidade do Porto é uma zona que tem tido uma expansão turística muito significativa nos últimos anos e é então, o sítio perfeito para aprender e desenvolver novas aptidões.

Este relatório tem como principais objetivos:

- Apresentar a instituição acolhedora do estágio curricular
- Fazer uma abordagem a todos os temas relevantes e ligados diretamente ao estágio, como turismo, história, cultura, tradução e comunicação multilingue.
- Identificar as principais tarefas realizadas no estágio, com uma análise detalhada dos dados estatísticos da loja.

O presente relatório de estágio encontra-se dividido em três partes, acompanhado previamente por uma introdução ao mesmo.

A primeira parte fala um pouco sobre a região norte de Portugal, com as suas principais características e os fatores atrativos, seguido da história da cidade do Porto e dos seus monumentos, e o quão importante é o património cultural da cidade.

A segunda parte fala do turismo em geral, da procura pela sua definição ao longo dos anos por diferentes autores, seguido da sua história, de como o turismo como setor económico e social cresceu e tornou-se o que é hoje; os variados tipos de turismo pelo mundo, com especificação dos tipos de turismo

mais comuns em Portugal e na região norte do país; uma análise das estatísticas do turismo no mundo e em Portugal, seguido da comunicação e linguagem no turismo, numa análise sobre o quão importantes estas são para o setor, concluindo com a tradução no turismo, identificando alguns problemas encontrados na tradução de textos turísticos, e apresentando algumas das estratégias para resolver os problemas enfrentados.

A terceira parte fala de toda a experiência de estágio, desde as atividades desenvolvidas, aos dados estatísticos dos turistas que visitaram o *Porto Welcome Center* durante o período do estágio curricular.

Para concluir, encontramos as considerações finais, onde será abordado tanto o relatório de estágio como o estágio curricular, sendo feita uma reflexão sobre toda a experiência na realização de ambos.

2. Porto e Norte de Portugal

Dos grandes parques naturais e nacionais, com uma vasta diversidade e beleza natural, às cidades antigas, com anos de história, das vinhas, que produzem o famoso vinho do Porto, ao litoral, com as suas belas praias, a região norte de Portugal está cheia de pedras preciosas, tanto naturais como artificiais. Ou seja, não é invulgar ver a procura cada vez mais elevada por turistas nacionais e internacionais.

2.1. Caracterização da Região

Rodeada pelo Oceano Atlântico e fazendo fronteira com Espanha, a região Norte de Portugal concentra 35% da população do país, com uma extensão de 21000 km². Delimitada em 8 pelas chamadas NUTS III¹, a região encontra-se dividida em sub-regiões, sendo elas Alto Minho, Cávado, Ave, Área Metropolitana do Porto, Alto Tâmega, Tâmega e Sousa, Douro e Terras de Trás-os-Montes. Composta por 86 municípios e 1426 freguesias, é a região mais populosa de Portugal, com cerca de 3 milhões e 600 mil habitantes.

Nos últimos anos, a região Norte tem sido cada vez mais destino de eleição dos turistas nacionais e internacionais. Considerada o berço da nação, é uma região atrativa para os visitantes, pela sua variedade gastronómica, paisagística, cultural e histórica. Das grandes cidades às aldeias perdidas no tempo, é possível encontrar uma variedade de lugares fascinantes, que fazem desta região um lugar inesquecível para aqueles que a visitam.

Partilhado com Espanha ao norte, encontramos o Parque Nacional da Peneda-Gerês. Dos planaltos às zonas montanhosas, aos vales profundos e florestas repletas de vida animal, é uma das atrações naturais mais impressionantes do país, pela sua vasta riqueza natural. É considerado pela UNESCO “Reserva Mundial da Biosfera”.

Ao longo da zona litoral encontramos as cidades do Porto, Braga e Guimarães que, com séculos de história, possuem um património cultural, histórico, religioso, gastronómico e arquitetónico

¹ NUTS é o acrónimo de “Nomenclatura das Unidades Territoriais para Fins Estatísticos”, sistema hierárquico de divisão do território em regiões (PORDATA, 2013) <https://www.pordata.pt/O+que+e+sao+NUTS>

diversificado, que são fatores muito atraentes para os visitantes. Na cidade do Porto, encontramos o centro histórico, património mundial da UNESCO, monumentos históricos como a velha sé medieval, situada no coração da invicta, a torre dos clérigos, cartão-postal da cidade, o Museu de Arte Contemporânea de Serralves e Casa da Música, que são belos exemplos da arquitetura e arte moderna, e os múltiplos jardins espalhados pela cidade, como os Jardins do Palácio de Cristal, que demonstram a beleza natural da cidade. Na cidade de Guimarães, encontramos o centro histórico medieval, património mundial da UNESCO, e o castelo, construído no século X pela Condessa Mumadona, que fazem parte da identidade da cidade. Em Braga, do Bom Jesus ao Santuário do Sameiro, da Sé de Braga aos Mosteiro de Tibães, encontramos pela cidade vestígios da sua história religiosa.

Subindo o rio Douro, em direção ao Vale do Douro Vinhateiro, património mundial da UNESCO, encontramos paisagens deslumbrantes, com as famosas vinhas e quintas produtoras do vinho do Porto. Ainda na região do Douro, encontramos o Parque Arqueológico do Vale do Côa, património mundial da UNESCO, com as gravuras paleolíticas esculpidas nas rochas, sendo este um dos maiores centros arqueológicos de arte rupestre da Europa.

2.2. História e Património – Cidade do Porto

De população celta nas margens da foz do Douro, ao antigo porto romano intitulado de “Portus Cale” que, conseqüentemente, deu nome a Portugal, encontramos o Porto. É uma das cidades mais procuradas pelos turistas, devido a sua beleza histórica e natural, com as suas ruas misteriosas, monumentos emblemáticos e paisagens deslumbrantes.

A história do Porto remonta ao século XI, quando o rei Afonso VI de Leão oferece os terrenos que constituem o Condado Portucalense a Henrique de Borgonha, aquando do casamento com a sua filha Teresa, sendo a sua capital, “Portus Cale”, ou Porto, como o conhecemos hoje.

Durante os próximos séculos, a cidade viu-se envolvida em vários acontecimentos que moldaram a evolução e a história do país, desde os protestos que derrubaram a monarquia absoluta, a evolução dos portos marítimos que tiveram um papel fundamental no comércio marítimo europeu do país, ao desenvolvimento da indústria vitivinícola, dando origem ao famoso vinho do Porto. Recebe a distinção de “Património Mundial” pela UNESCO, em 1996, pela riqueza cultural e histórica da cidade. É também nomeada “Capital Europeia da Cultura”, em 2001.

Nestes anos de história, vemos a evolução e desenvolvimento do património cultural. Este engloba os mosteiros, igrejas, conventos, palácios, praças, centro histórico e conjuntos arqueológicos, mas também destacamos os costumes e tradições, a gastronomia e a linguagem, que fazem parte da identidade cultural da população.

Sendo um fator atrativo, estes monumentos emblemáticos são pontos de interesse para os turistas nacionais e internacionais. As histórias por detrás de cada monumento são fundamentais para perceber a importância de cada lugar na história da cidade do Porto. Dos pontos mais emblemáticos da cidade, encontramos:

2.2.1. Estação de São Bento

Inaugurada a 5 de outubro de 1916 e situada na praça Almeida Garrett, a Estação de São Bento (anteriormente denominada Estação Central do Porto) é um dos marcos históricos mais visitados no coração da invicta.

A sua fachada de influência francesa, mais especificamente, de estilo *Beaux Arts*², não passa despercebida aos milhares de turísticas que passam no centro histórico do Porto. Mas para perceber melhor este marco da cidade e as suas lendas associadas, precisamos de recuar ao ano de 1875, com a inauguração da Estação de Campanhã.

A estação de Campanhã veio acomodar o grande fluxo de mercadorias e passageiros à cidade do Porto, mas como se encontrava na periferia e muito longe do centro da cidade, foi necessário encontrar uma solução mais viável.

Foi encontrada uma solução com a construção do túnel de São Bento e a inauguração de uma estação junto a praça de D. Pedro, no local onde se encontrava o Mosteiro de São Bento de Avé-Maria. Este mosteiro encontrava-se em mau estado de conservação devido a um incêndio que se deu em 1783, e devido ao decreto estabelecido em 1834 de extinção de ordens religiosas. O edifício foi-se então desmoronando com as novas dificuldades encontradas.

² Estilo arquitetónico ensinado na Escola de Belas Artes de Paris, na década de 1830, até ao fim do século 19 (Google Arts & Culture, 2022) <https://artsandculture.google.com/entity/m028tnd?hl=pt>

À morte da última abadessa, em maio de 1892, foi então possível a construção da Estação de São Bento. O edifício como o conhecemos hoje teve o seu início em 1900, com o assentamento da primeira pedra da estação, presidido por D. Carlos e D^a Amélia. Os icónicos azulejos que cobrem as paredes da estação foram colocados em agosto de 1915 e são da autoria do pintor Jorge Colaço. Retratados nos 20.000 azulejos podemos ver acontecimentos históricos da história de Portugal, como a entrada no Porto de D. João I e de D^a Filipa de Lencastre em 1387, para celebração do seu casamento, à conquista de Ceuta em 1415, pelo Infante D. Henrique.

2.2.2. Ponte Luís I

Unindo as cidades do Porto e de Vila Nova de Gaia sob o rio Douro, a ponte Luís I (ou Ponte Luiz I) é considerada, por muitos, o ex-libris da cidade do Porto.

Anos antes do início da construção da ponte, em 1878, em Paris, dá-se o início da Exposição Universal. O famoso Gustave Eiffel expõe a maquete da mais recente inaugurada ponte Maria Pia e o projeto para uma ponte rodoviária que viria substituir a ponte pênsil³ devido ao aumento da circulação entre as duas cidades. A proposta de Eiffel incluía um único tabuleiro, com pontes levadiças na parte central e, apesar de ter recebido prémios da Exposição Universal, esta não foi aprovada pelo governo, pois a mesma não seria eficaz na circulação entre as cidades do Porto e Gaia.

Depois de vários projetos apresentados, a escolha recaiu na empresa belga *Société des Willebroeck*, com principal engenheiro Théophile Seyrig. Este foi sócio de Gustave Eiffel na empresa “Eiffel & Cie” e esteve presente na construção da ponte Maria Pia.

A 9 de janeiro de 1882, começam os trabalhos de construção da ponte, com presença de D. Luís I e D^a Maria Pia, e do engenheiro Théophile Seyrig.

A 31 de outubro de 1886, inaugura-se o tabuleiro superior da ponte, no 48^o aniversário do rei D. Luís, e dá assim, nome a ponte. Reza a lenda que, tendo o rei faltado à inauguração da ponte, a cidade do Porto teria julgado tal ato como uma afronta e decidido então nomear a ponte de Luís I, ao

³ Ponte Pênsil, ou ponte D. Maria II, era a ponte que ligava a cidade do Porto à cidade de Vila Nova de Gaia. Foi desmontada aquando da construção da ponte D. Luís I.

invés de D. Luís I; mas tal como todas as lendas, esta não passará de isso mesmo, uma lenda, pois documentação da ponte sempre constatou o nome de Ponte Luís I.

Em 1996, foi reconhecida pela UNESCO como Património Cultural da Humanidade e nos dias de hoje é um marco histórico.

2.2.3. Catedral do Porto

Localizada na zona mais elevada da cidade, a Sé do Porto (ou Catedral do Porto) é um dos monumentos religiosos mais imponentes e antigos da Invicta.

A história desta catedral remonta ao século XII, quando a diocese do Porto estava vinculada à diocese de Braga. Com a chegada do bispo D. Hugo de França, e com a cedência de uma elevada quantia monetária por parte de D^a Teresa, foi construída uma muralha defensiva, como também a Catedral, no mesmo local de uma ermida⁴ antiga, cujos fragmentos arqueológicos foram encontrados, juntamente com túmulos, que datam do século IX.

A construção da catedral foi possível com o contributo de D. Afonso Henriques, que procurava apoio na igreja para a criação do reino de Portugal, financiando a construção de várias igrejas e catedrais, uma delas sendo a Sé do Porto.

Ao longo dos séculos, a catedral veio sofrer inúmeras alterações, renovações e acréscimos, com as inovações dos estilos arquitetónicos de cada época. O primeiro edifício, concluído nos inícios do século XIII, e construído em estilo românico, sofreu várias alterações arquitetónicas. O que perdura do estilo romântico pode ser observado nas duas torres, e na fachada com rosácea⁵, juntamente com corpo principal da igreja, de três naves com abóbada de canhão, sustentada por arcobotantes⁶, tornando-se um dos primeiros edifícios em Portugal a utilizar essa técnica.

Do estilo gótico, encontramos o claustro, construído no reinado de D. João I (rei que casou na Catedral do Porto, em 1387, com D^a Filipa de Lencastre, e que tal acontecimento está retratado nos murais da Estação de São Bento).

⁴ Pequena igreja, em sítio ermo (Dicionário Priberam, 2022)

⁵ Grande vidraça circular, frequente em igrejas góticas, formada de vitrais dispostos em compartimentos. (Dicionário Priberam, 2022)

⁶ Construção exterior, terminada em arco e apoiada sobre um contraforte, que ampara parede ou abóbada. (Dicionário Priberam, 2022)

Com a chegada de Nicolau Nasoni ao Porto em 1725, a catedral veria uma mudança e embelezamento das suas paredes, com a adição de azulejos no claustro gótico, e da galilé⁷ barroca, na fachada lateral da Sé. A fachada principal foi remodelada em 1772, em estilo rococó, onde foi substituído o portal românico por um portal com duas colunas geminadas⁸, as quais suportam um frontão⁹ com acabamento em nicho.¹⁰

É classificado como monumento nacional em 1910. Atualmente, a Catedral continua a sofrer intervenções, maioritariamente de restauro, para preservar os séculos de história que se pode experienciar dentro e fora das suas paredes.

2.2.4. Igreja de São Francisco

Na freguesia de S. Nicolau, situada no coração do Centro Histórico do Porto e com vista para o rio Douro, vemos a Igreja de São Francisco. Antigo convento Franciscano, esta igreja é conhecida pela sua imponente talha dourada no interior do edifício.

Em 1233, foi cedido aos frades franciscanos, um terreno para a construção da Igreja. A fundação da ordem franciscana na cidade não foi recebida com grande agrado, com bastante oposição por parte de vários clérigos e do bispo do Porto. Com a intervenção do Papa Inocêncio em 1244, que confirma a posse do terreno à ordem, começam as construções das fundações do convento e de uma igreja primitiva¹¹.

A igreja como a podemos ver hoje teve início em 1383, a mando de D. Fernando, sendo concluída em 1410, aumentando a igreja primitiva para três naves com cinco tramos.¹²

Os retábulos ¹³encontrados na igreja foram construídos ao longo dos séculos, sofrendo a maior alteração no século XVIII, com a construção dos retábulos em talha dourada. Encontramos ainda na

⁷ Alpendre à entrada de algumas igrejas. (Dicionário Priberam, 2022)

⁸ Diz-se das partes dispostas duas a duas, sem contacto. (Dicionário Priberam, 2022)

⁹ Ornato arquitetónico triangular que encima geralmente o topo da parte central de um edifício. (Dicionário Priberam, 2022)

¹⁰ Cavidade aberta em parede para colocação de imagem, vaso ou outros objetos (ex.: fachada decorada com arcos e nichos). (Dicionário Priberam, 2022)

¹¹ Igreja dos primeiros tempos do cristianismo. (Dicionário Priberam, 2022)

¹² Espaço de parede ou subdivisão de uma nave entre dois suportes. (Dicionário Priberam, 2022)

¹³ Obra de arte de pedra ou madeira esculpida, de encontro ao altar. (Dicionário Priberam, 2022)

igreja um dos murais pintados mais antigos do país, realizado no reinado de D. João I, e que se encontra intacto nos dias de hoje.

Em 1833, o convento anexado à igreja é destruído num incêndio durante o Cerco do Porto, num tiroteio das tropas do Infante D. Miguel. As ruínas do convento são utilizadas para construção do Palácio da Bolsa. A igreja de São Francisco é classificada como monumento nacional em 1910.

Entre as atrações turísticas mais procuradas pelos visitantes, temos as catacumbas que se encontram por debaixo da igreja. Ali estão enterrados os monges Franciscanos, como também membros das famílias nobres da cidade. Existe ainda uma cripta com as ossadas dos irmãos da Ordem Terceira, visível por um pavimento de vidro.

2.2.5. Palácio da Bolsa

No coração do comércio e indústria da cidade do Porto, encontramos o Palácio da Bolsa, que com a sua tamanha magnitude e beleza, tornou-se um dos monumentos mais visitados pelos turistas de todo o mundo.

No ano de 1832, durante o Cerco do Porto, deflagra um grande incêndio no Convento de São Francisco, do qual só restou a igreja que podemos ver atualmente. Perante as ruínas, são cedidos os terrenos do antigo convento ao corpo do comércio da cidade do Porto, por D. Maria II, em 1834. A primeira pedra foi lançada pela Associação Comercial do Porto, em 1842, presidida por José Henriques Soares, Barão de Ancede.

O edifício como o conhecemos hoje demorou mais de sete décadas a ser concluído, o que resultou numa mistura de diferentes estilos arquitetónicos. As obras são concluídas em 1909, com a visita de D. Manuel II à cidade.

2.2.6. Livraria Lello

Atualmente um dos edifícios mais visitados pelos turistas de todo o mundo, na maior parte devido ao mito do “Harry Potter”, a Livraria Lello preserva até aos dias de hoje, uma beleza arquitetónica deslumbrante.

A história desta livraria remonta ao ano de 1869, quando Ernesto Chardron, um livreiro francês, decidiu jogar na lotaria, e saiu vitorioso. Com a quantia monetária, decidiu concretizar um dos seus maiores sonhos: abrir uma livraria.

Após a morte de Chardron em 1894, José Lello obtém o seu espólio¹⁴ e com ele, os direitos das publicações dos escritores já publicados previamente (como Camilo Castelo Branco e Eça de Queirós).

A 13 de janeiro de 1906, é inaugurado o edifício da Livraria Lello, projeto do engenheiro Francisco Xavier Esteves, com a presença de várias figuras influentes da época. A livraria proclamava-se assim como uma livraria editora, devido ao espólio adquirido de Chardron.

Da arquitetura podemos admirar o amor dos irmãos Lello pelas artes e culturas. Da fachada neogótica, o interior decorado nos estilos de *Art Deco* e *Art Nouveau*, ou o vitral no teto, concebido por uma das oficinas de vitrais portuguesa mais antiga do país, à icónica escadaria vermelha, em betão armado, primeira a ser construída com tal material em Portugal.

Destas escadas surge o mito pela qual é conhecida a livraria. Diz-se que enquanto residia no Porto, a autora J.K. Rowling se terá inspirado na escadaria emblemática para a criação de cenários no mundo de Harry Potter. Tal mito foi desmentido pela autora recentemente, mas os turistas continuam à procura da livraria, descrevendo-a como 'livraria do Harry Potter'.

Nas suas paredes podemos encontrar pedaços da história de vários livreiros que ali já passaram. Desde bilhetes de lotaria colados nas prateleiras por antigos livreiros, que esperavam ter a mesma sorte de Ernesto Chardron, ao trilho de carris que ainda podemos ver no chão, que era utilizado para transportar os livros desde a cave até ao rés do chão do edifício.

Se é pelo mito de Rowling se ter inspirado nas suas escadas para a criação do mundo fantástico de Harry Potter, ou se é pela sua beleza extraordinária e história cativante de perseverança, esta livraria continua a ser visitada por milhares de turistas todos os anos, e faz desta uma das atrações mais procuradas na cidade

¹⁴ Conjunto de bens que ficam por morte de alguém. (Dicionário Priberam, 2022)

2.2.7. Igreja e Torre dos Clérigos

Monumento que concorre com a ponte D. Luís I como ex-libris da cidade, a Torre dos Clérigos e a sua igreja são um dos edifícios mais emblemáticos da Invicta. Com 75 metros de altura, a torre cria um impacto visual na linha do horizonte, e não passa despercebida aos variados turistas que visitam a cidade.

Doado os terrenos junto ao Campo do Olival, é permitido à Irmandade dos Clérigos a construção da sua própria igreja, sendo o projeto desenhado pelo arquiteto Nicolau Nasoni. Esta viria a ser a primeira igreja do país com uma planta oval. As obras começam em abril de 1732 e terminam 17 anos depois, em 1749.

Mais tarde, a pedido da Irmandade dos Clérigos, Nicolau Nasoni faz um projeto de uma grande torre sineira. As obras arrancam em 1754 e terminam em 1763, com a colocação da cruz de ferro no seu topo. Encontra-se a uma altura de 75 metros, com 225 escadas até ao seu topo.

Atualmente, os visitantes das mais variadas partes do mundo enfrentam a tarefa de subir todas aquelas escadas pelo prazer de admirar a cidade em todo o seu esplendor, de um ângulo totalmente diferente.

Estes são apenas alguns dos emblemáticos monumentos que podemos encontrar pela cidade e que são procurados diariamente pelos turistas. De relembrar lugares como os Jardins do Palácio de Cristal, projetados em 1860, com vista sobre o rio Douro, o museu de Arte Contemporânea de Serralves, que recebe variadas exposições de todo o mundo, a Casa da Música, com a sua peculiar forma geométrica, que acolhe os mais variados concertos nas suas salas, a Avenida dos Aliados, no coração da Invicta, o Mercado do Bolhão, edifício neoclássico que é a casa dos vendedores do Porto, e os variados parques e jardins pela cidade, que oferecem descanso e tranquilidade para aqueles que por lá passam. As suas histórias cativantes atraem a atenção dos visitantes e permitem que estes lugares continuem a ser adorados e protegidos ao longo dos anos.

3. Turismo: Evolução, Comunicação e Tradução

É um facto bem conhecido que o turismo consiste na deslocação de pessoas por todo o mundo em busca de experiências extraordinárias. Contudo, não podemos apenas ver o setor como uma movimentação global de turistas pelos países. Este envolve todas as áreas que trabalham em conjunto para garantir que as pessoas que viajam pelo mundo inteiro possam ter uma experiência inesquecível. Setores como a tradução e a comunicação multilingue proporcionam aos turistas os materiais necessários para tornar as suas viagens mais enriquecedoras.

3.1. Evolução do Turismo

Para conseguirmos perceber o turismo como um fenómeno cultural, social, político e económico, é preciso, antes de tudo, entender todos os processos evolutivos necessários para definir o turismo. O conceito de turismo sofreu várias alterações conforme a mudança dos tempos, e vários autores tentaram encontrar uma definição concreta para enquadrar todas as representações do turismo.

Durante os séculos, vemos uma elevada deslocação de pessoas pelo mundo, com a necessidade de viajar para encontrar recursos. Além disto, as pessoas começam ainda a viajar à procura de lazer, de aprender novas culturas e línguas, e de expandir os seus horizontes. Vemos então o começo do turismo como o conhecemos nos dias de hoje.

Atualmente, o turismo surge como um dos maiores setores económicos, sociais e culturais do mundo. A procura elevada por novas experiências pelos turistas mundiais originou uma expansão das ofertas turísticas, o que aumenta a afluência de pessoas nos países.

3.1.1. Definição de Turismo

Turismo, por norma, é o processo de deslocação de pessoas que viajam e permanecem em países ou lugares fora do ambiente habitual, para fins pessoais ou profissionais, durante um período de

menos de um ano. O turismo é “atividade de viajar, de conhecer lugares diferentes daquele onde se vive habitualmente, com objetivos culturais, de entretenimento, etc.” (Infopédia, 2022).

Apesar de encontramos facilmente um conceito que defina o turismo, sabemos que ao longo dos anos, vários investigadores e autores tentaram chegar a uma definição de turismo. Vemos o surgimento de uma primeira definição de turismo em 1910, pelo economista Hermann von Schullard, que define o turismo como “a soma das operações, especialmente as de natureza económica, diretamente relacionadas com a entrada, a permanência e o deslocamento de estrangeiros para dentro e para fora de um país, cidade ou região” (Schullard, 1910).

Em termos oficiais, a primeira definição concreta relacionada com o turismo foi a do turista como indivíduo, na Liga das Nações (ou ONU, como a conhecemos hoje) de 1937, que apresenta o conceito de turista como “toda pessoa que viaja, por um período de 24 horas ou mais, para um país diferente daquele da sua residência habitual” (ONU, 1937).

Mais tarde, em 1963, na Conferência das Nações Unidas sobre o Turismo, vemos o surgimento de novos conceitos, como o de ‘visitante’ e ‘excursionista’. É assim apresentada a primeira definição de turismo, sendo ela a “Atividade desenvolvida por uma pessoa que visita um país diferente daquele da sua residência habitual, com fins distintos do de exercer uma ocupação remunerada, e por um período de tempo de pelo menos 24 horas” (ONU, 1963).

Sendo a definição de 1963 vaga, sem esclarecer vários termos específicos ao turismo, deu-se a Conferência Internacional sobre Estatísticas de Viagem e Turismo¹⁵, de forma a encontrar soluções para a elaboração de estatísticas turísticas fidedignas. Foi também “adotado um conjunto de resoluções (...) que definiam as necessidades estatísticas da indústria turística para análise, estudos de mercado, rendimento industrial e previsões do turismo” (Pakman, s/d, p.10). Desta conferência, obtemos uma nova definição de turismo, dizendo que o turismo “compreende as atividades realizadas pelas pessoas durante as suas viagens a e estadias em lugares diferentes do seu entorno habitual, por um período de tempo consecutivo inferior a um ano, tendo em vista lazer, negócios ou outros motivos” (ONU, 1991).

Em 1999, é lançado um documento pela comissão de Estatísticas da ONU, intitulado de *Atualização das Recomendações sobre Estatísticas de Turismo*, que altera a definição apresentada previamente. Pakman refere que “os motivos da viagem/estadia não poderiam estar relacionados a atividades remuneradas, ou seja, que a finalidade da visita teria que ser outra que o exercício de uma

¹⁵ Conferência de Ottawa, 24-28 junho de 1991

atividade remunerada no local visitado” (Pakman, s/d). O turismo passa a ser definido como as “atividades concretizadas pelas pessoas durante as viagens, com permanência em lugares diferentes do seu ambiente habitual, num período de tempo consecutivo inferior a um ano, por motivos de lazer, negócios ou outros fins” (ONU, 1999).

Autores como Henniker e Kraft, caracterizam o turismo como “a soma dos fenómenos das relações decorrentes da viagem fora do seu local de residência, desde que as mesmas não estejam ligadas a atividades remuneradas” (Henniker e Kraft, 1996).

Vemos então que conceito de turismo está sujeito a mudanças com o passar dos anos e com a evolução do setor. Com o desenvolvimento dos estudos turísticos e com o crescimento dos serviços turísticos pelo mundo, a definição de turismo pode sofrer novas alterações, para se adaptar aos novos ideais.

3.1.2. História do Turismo

Como podemos ver, o turismo tornou-se, no século XXI, numa potência económica, com grande importância, tanto a nível nacional, como internacional. É visível a sua intervenção nas diferentes áreas sociais, culturais e políticas, e o seu impacto torna este setor, num fenómeno global. Apesar disto, sabemos que o turismo como conceito não é um acontecimento recente. Este tem vindo a desenvolver-se, num processo evolutivo, ao longo dos séculos.

Quando nos questionamos sobre a origem do turismo, percebemos que é impossível indicar um momento exato na história mundial. Os historiadores detetaram testemunhos em antigos documentos que permitem conhecer mais detalhadamente, as razões pelas quais as pessoas necessitavam de viajar, e como estas viagens se transformaram no que hoje conhecemos como turismo. Sabemos que existia movimento de pessoas e culturas, à procura de recursos e conhecimentos, e de reis e das suas tropas, à procura da conquista de novos territórios. A ascensão dos Impérios Egípcio e Romano proporcionou a vontade e necessidade de viajar. Mas em todo o mundo, outras sociedades fizeram o mesmo, como os Maias, ou a Dinastia *Shang*¹⁶, na China, que viajavam na esperança de aprender mais sobre diferentes culturas, e também expandir a sua própria. Vemos ainda as peregrinações dos budistas, que datam a

¹⁶ Dinastia *Shang*, segunda dinastia chinesa, 1500-1050 a.C.

mais de 2000 anos atrás, apesar de ser impossível dizer quando estas práticas passaram de grupos pequenos de monges a largos grupos de turistas.

Sabemos então que com o tempo, a necessidade de viajar por variadas razões, como a educação, o comércio, a religião, entre outros, tornou-se mais frequente. Da mesma maneira que viajar se torna uma necessidade, também se torna urgente abranger as necessidades básicas para viajar. Começa então a construção de infraestruturas de apoio na idade clássica, com a necessidade de estabelecimento de contactos comerciais. O Império Romano estabeleceu a criação de estradas (sendo esta a maior rede de estradas na sua altura, cerca de 10.000 km), para ajudar na mobilidade das pessoas de um lugar para outro de forma mais rápida e segura, como também o desenvolvimento e melhoramento de rotas de água e construção de estalagens ao longo dessas rotas. A construção destas vias pavimentadas possibilitou as fáceis e rápidas deslocações e comunicações por toda a Europa.

Com estes desenvolvimentos, os nobres e as famílias abastadas começaram a viajar, especificamente, para visitar os grandes templos. Vemos também a procura de banhos termais e eventos culturais nas cidades litorais, o que deu origem a hotelaria, com as estalagens e hotéis. Noutras grandes civilizações, exemplo da Grécia Antiga, vemos a importância dos tempos livres, com a procura elevada de eventos culturais e desportivos (surgimentos dos famosos “Jogos Olímpicos”).

Com a queda do Império Romano, as rotas comerciais foram caindo. Os novos sistemas feudais deram origem a novas áreas autónomas, que dividiu línguas, transportes e moedas. A ascensão da igreja católica e, especialmente com a origem das cruzadas, que tentavam retomar a Terra Santa, as pessoas já não viajavam por lazer, e só o faziam quando necessitavam de bens. Quando as cruzadas fracassaram, as pessoas começaram a viajar novamente, entusiasmadas por conhecer novas culturas. Durante o período do renascimento, os comerciantes viajavam mais longe, as rotas comerciais começaram a reabrir, a atividade comercial crescia e as pessoas procuravam viajar mais e mais longe.

No século XVI surge o conceito de turismo moderno, tal como o conhecemos atualmente. Pode ser também conhecido como a era da *Grand Tour*. Como Stainton refere “A era do *Grand Tour* é uma parte importante da história do turismo” (Stainton, 2022). A classe alta começa a viajar por motivos educacionais. Jovens adultos viajavam pela Europa, por países como a França, Itália, Alemanha e Grécia, para aprender mais sobre literatura, arte, arquitetura, história e cultura dos diferentes países.

"Esta viagem do jovem (sem mulheres!) é feita aos vinte, ou melhor, aos vinte e cinco anos de idade; dura de seis meses a um ano e meio (...) a viagem enriquece a mente, retifica o

juízo, remove os preconceitos da educação, forma os modos externos que moldam o completo cavalheiro" (Boyer, 1996, p.28).

A revolução industrial na segunda parte do século XVIII veio revolucionar o turismo. Com a evolução econômica, social e tecnológica, vemos o nascimento da idade contemporânea. As pessoas saem das zonas rurais para as grandes cidades, à procura de emprego nas novas indústrias, resultando assim no surgimento de uma nova classe trabalhadora. O desenvolvimento dos meios de transporte, com viagens de comboio mais rápidas e confortáveis, possibilitou a expansão das viagens de lazer, e conseqüentemente, a globalização do turismo.

3.1.3. Tipos de Turismo

Chegando a uma conclusão sobre o que é o conceito de turismo, e as origens por detrás deste fenómeno mundial, podemos então categorizar as diferentes formas de turismo. Existem múltiplos tipos de turismo, que se adequam aos gostos e necessidades de cada turista. Mas, para chegar às diferentes categorias, é preciso entender as diferentes formas de turismo que existem.

Segundo Tureac (2008, p.93), "os tipos de turismo apresentados num determinado período são gerados pelas necessidades dos seus objetivos, o nível de instalações culturais e sociais e os meios de transporte existentes". Ou seja, antes de podermos enumerar os variados tipos de turismo, é necessário, em primeiro lugar, perceber os diferentes fatores que levam a categorização de uma visita turística.

Sabemos então que existem vários critérios para avaliar um turista. Começamos por perceber de onde o turista provém, se este é um turista nacional ou internacional, se o turista viaja sozinho ou em grupo, se tem a viagem organizada, de forma pessoal ou profissional, ou se viaja sem plano; é necessário também perceber se a viagem acontecerá durante um grande período de tempo ou um pequeno período de tempo; também é importante saber os meios de transporte utilizados pelo turista, se este recorre a comboio, carro, barco, avião, ou outro meio; por fim, precisamos de saber se é um turismo mais específico para jovens, adultos ou idosos, e qual o destino final, dependendo de preferências sazonais ou da escolha pessoal.

Tendo estes fatores em mente (formas de turismo), podemos então enquadrar cada turista numa tipologia de turismo, escolhendo a qual se adequa mais com o tipo de viagem que pretende realizar. Segundo Tureac (2008, p.93), existem 6 tipos de turismo, sendo eles o turismo de lazer, o turismo de

saúde, o turismo profissional, o turismo de distância reduzida, e o turismo de trânsito. Afirma ainda que “alguns autores, tais como Hunziker e Krampf, excluem o turismo profissional dos tipos de turismo, porque este liga-se a uma atividade remunerada, estando longe do significado de uma viagem por lazer ou cuidados de saúde” (Tureac, 2008). Apesar disto, sabemos que existem muitos mais tipos de turismo do que os apresentados por Tureac. Podemos considerar estes 6 como categorias abrangentes de uma lista inacabável de tipos de turismo diferentes. Anjana (2022) apresenta 63 tipos de turismo no mundo. Ou seja, dependendo de autor para autor, os tipos de turismo podem ser enquadrados num grupo de 6, de 63, ou de possibilidades infinitas.

Assim, conseguimos saber qual área turística é a mais procurada pelos turistas mundiais. No caso específico de Portugal, os tipos de turismo mais frequentes são o turismo cultural, o turismo de sol e mar, o turismo de desporto, o turismo de negócios, o turismo urbano, o turismo religioso, o turismo rural, o turismo de saúde, o turismo de aventura, o ecoturismo, o turismo residencial e o enoturismo. Como relatado pelo Instituto Nacional de Estatísticas (2021, p.47), “as deslocações turísticas por lazer continuam a dominar as estatísticas, seguindo pelas viagens por fins de visita a familiares e amigos, as viagens de negócio, motivos religiosos e por fim, viagens por motivos de saúde”.

As seguintes definições foram apresentadas por Anjana, no seu artigo intitulado “*Types of Tourism in The World*”, no *website ColorWhistle*.

Tabela 1 - Tipos de Turismo

| | |
|-----------------------------|---|
| Turismo Cultural | “Cultural tourism is where travelers engage with a country or religion’s culture, especially the lifestyle and other elements that shaped the life of the people. Tourists get immersed with related activities such as rituals and festivals (...)”. |
| Turismo de Sol e Mar | “Water tourism or nautical tourism combines sailing and boating with vacation & holiday. When people plan to travel on a vacation, many have a strong desire to head to the water (...)”. |
| Turismo de Desporto | “Sports tourism involves either observing or participating in a sporting event. It is one of the fastest-growing sectors and equates to \$7.68 billion. Sports tourism is also classified into sports event |

| | |
|----------------------------|---|
| | tourism, celebrity and nostalgia sport tourism and active sport tourism (...)" |
| Turismo Religioso | "Religious tourism, also known as faith tourism refers to traveling individually or in groups to holy sites. These sites are also visited by non-religious tourists who want to know the cultural, historical and religious significance (...)" |
| Turismo Rural | "Rural tourism occurs in rural environments and involves rural experience. Tourists visit these places to understand the lifestyle of these people (...)" |
| Turismo de Saúde | "Medical tourism refers to people traveling to another country to get medical treatment. People from developed countries travel to developing countries to get low-priced medical treatment (...)" |
| Turismo de Aventura | "Adventure tourism involves the exploration of remote places where travelers can expect the unexpected. It involves connecting with a new culture or new landscape and at the same time being physically active (...)" |
| Enoturismo | "Enoturismo, oenoturismo, wine tourism, or vinitourism involves tasting, consumption or purchase of wine. These tourists visit wineries, taste wine, go on vineyard walks or even take part in the Harvest (...)" |
| Ecoturismo | "Ecotourism involves visiting undisturbed natural areas. It promotes conserving the environment and improving the well-being of local people (...)" |

Fonte: Anjana, 2022

A cidade do Porto destaca-se no turismo cultural. Este engloba todo o património cultural, como os mosteiros, igrejas, e todos os edifícios históricos, mas também os costumes e tradições, a gastronomia e a linguagem, e no enoturismo, com uma crescente procura de visitas às caves de vinho do Porto e experiências gastronómicas na região do Vale do Douro.

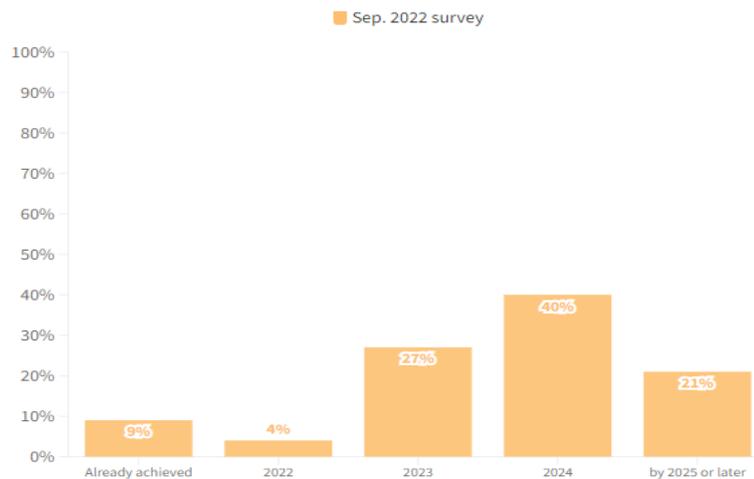
Na região do Norte de Portugal, vemos a procura pelo turismo rural, associado ao enoturismo e a procura de experiências gastronómicas nas quintas que produzem o famoso vinho do Porto. A criação e desenvolvimento dos desportos aquáticos nas zonas costeiras e nos rios e lagos origina o crescimento do turismo de desporto. No Parque Nacional da Peneda-Gerês existem várias atividades nos rios, que proporcionam atividades para toda a família e conseqüentemente, a procura do ecoturismo e de férias em parques de campismo.

3.1.4. Turismo no Mundo Atual

A necessidade de fugir à rotina, a curiosidade de visitar novos lugares, o desejo de conhecer novas pessoas e culturas e o entusiasmo de vivenciar novas experiências fez com que o turismo se tornasse o setor com mais crescimento económico no mundo. O setor contribui para a criação de novas empresas e empregos, renovação e desenvolvimento de infraestruturas de apoio, e é estimado ser um dos maiores empregadores do mundo.

Segundo a OMT, em 2019, a chegada de turistas internacionais pelo mundo cresceu 4%, e chegou ao total de 1,5 mil milhões de turistas. Em 2020, o turismo mundial sofreu uma queda exponencial, com uma percentagem de -74%, com 409,5 milhões de turistas. Esta queda colossal das estatísticas mundiais deve-se ao vírus SARS-CoV-2, que causou uma pandemia global, e conseqüentemente, o fecho de todas as fronteiras e viagens internacionais. Em 2021, verificou-se um crescimento de 4% comparado ao ano anterior, com 415 milhões de turistas. Apesar do crescimento, as viagens internacionais ainda estavam condicionadas pelas restrições tomadas globalmente para prevenir o contágio do vírus. De janeiro de 2022 a julho de 2022, vemos um aumento de +172% comparado ao mesmo período no ano de 2021. O levantamento das restrições e a demanda por viagens internacionais são a principal causa da recuperação do setor turístico. Está prevista uma recuperação dos valores turísticos nos próximos anos, como vemos no gráfico 1, apresentado pela OMT, num inquérito realizado em setembro de 2022, ao painel de peritos em turismo da UNWTO.

Gráfico 1 - Inquérito sobre o tempo de recuperação do crescimento do turismo após a pandemia mundial do Covid-19 - setembro 2022



Fonte: OMT, 2022

3.1.5. Turismo em Portugal

O turismo em Portugal desenvolveu-se no século XX, com a entrada de turistas dos mais variados cantos do mundo nos anos 50 e 60. O aumento da afluência de turistas deveu-se à preferência por litorais amenos, vendo um aumento no setor turístico nas regiões do Algarve e na ilha da Madeira. Com a entrada de Portugal na CEE em 1986, deu-se um aumento na entrada de estrangeiros no país, devido à livre circulação de pessoas.

Segundo a OMT, Portugal era, em 2019, o 15º destino mundial mais visitado pelos turistas internacionais, com a entrada de 24,6 milhões de turistas, e um crescimento de 7,9% comparado ao ano anterior. Das nacionalidades que visitam o nosso país, vemos os britânicos, que representaram 18,9% dos visitantes no ano de 2019, seguido pelos franceses e os alemães.

Portugal tem um clima mediterrâneo, com verões quentes, propícios a férias na praia, e invernos moderados, que proporcionam um bom clima para visitar as cidades históricas. Com uma vasta riqueza paisagística, histórica e cultural de norte a sul do país, Portugal é um destino atrativo para os turistas de todo o mundo.

3.1.6. Turismo no Porto

Cidade que deu nome a Portugal e segunda maior cidade do país, o Porto é uma das cidades mais ricas em património cultural e histórico do país. Os seus séculos de história dão charme à cidade, sendo procurada pelos turistas de todo o mundo. É o destino turístico com maior aumento de procura pelos turistas mundiais nos últimos anos. Devido à diversidade cultural, esta tornou-se um dos epicentros turísticos do país e da Europa.

O património cultural é, sem dúvida, um dos maiores trunfos da cidade, que engloba todos os mosteiros e igrejas, palácios, jardins, praças, ruas, conjuntos arqueológicos e toda a área que engloba o centro histórico, património mundial da UNESCO. Mas o património cultural não se baseia só nos monumentos e lugares, mas também nos costumes e tradições, na gastronomia e na linguagem, que fazem parte da identidade cultural do povo local. A identidade de uma nação é um fator importante, sobre a qual se “constrói a sua imagem, as suas raízes e é nela que se encontra um dos principais fatores de atração de turistas” (Teixeira, 2016).

O Porto tornou-se um destino de escolha dos turistas, pela sua autenticidade “(...) o Porto conquista todos os seus visitantes, desde aqueles que o procurem pela história e autenticidade àqueles que o busquem para explorar uma nova cidade, mais cosmopolita e contemporânea” (*European Consumers Choice*, 2012).

A cidade tem registado cada vez mais números crescentes nas estatísticas turísticas. No início de 2022, o setor do alojamento turístico teve um aumento de +346% face ao ano de 2021, com mais de 124 mil dormidas (INE, 2022).

3.2. Comunicação e Linguagem no Turismo

Ao falar de turismo, pensamos automaticamente na movimentação de pessoas por diferentes países. Existem mais de 7.000 idiomas pelo mundo, mas apenas 23 são falados por mais de metade da população. Apesar disto, ainda existe alguma dificuldade de comunicação nas viagens. O setor turístico está ligado diretamente com a comunicação multilingue. Com a movimentação de pessoas para países estrangeiros, existe uma necessidade de melhorar os meios de comunicação. Normalmente, um turista

que visita um país novo não entenderá o idioma nativo. Para isso, é necessário pôr em prática um número de fatores que possam ajudar os turistas nas suas viagens internacionais.

Primeiro, necessitamos de saber se a mensagem que pretende ser transmitida é verbal ou não verbal. A linguagem verbal consiste nas palavras faladas entre as pessoas. Pode ocorrer ao vivo, por chamada, ou mesmo em vídeos e áudio-guias, mesmo sendo estas últimas um monólogo, são formas de comunicação verbal. Na linguagem não verbal, recorreremos à utilização de gestos, ou da escrita.

No turismo, existe a necessidade de uma boa comunicação. É uma área onde é vital impedir erros e desentendimentos, pois é muito fácil existir problemas de comunicação. Falar com um turista é diferente de falar com uma pessoa local, pois o turista viaja com certas expectativas que devem ser concretizadas, para proporcionar uma boa experiência turística. Para isso, é fundamental encontrar as principais dificuldades que um turista encara e solucioná-las de forma eficaz. *“Good communication is important because it prevents misunderstandings and mistakes. This is very important in the tourism industry, where the risks and costs of misunderstanding are high”* (Taufatofua & Tokotaha, 2002).

Durante o período de férias, o turista pode recorrer a mapas, guias de viagens, panfletos informativos, e, até mesmo, à sinalização local. Nesse caso, é necessário a tradução desses materiais turísticos em variadas línguas, para tornar os mesmos acessíveis a um maior número de pessoas. Quanto mais material informativo houver em várias línguas, maior será a procura dos serviços que o setor turístico de cada país tem a oferecer. Para garantir que a informação é transmitida corretamente nas diferentes línguas, é necessário a contratação de profissionais especializados nos variados idiomas. Calvi (2005) refere que a linguagem turística se deve adaptar às diferentes línguas, por vezes com o uso de siglas e abreviaturas, para que seja conhecida mundialmente.

3.3. Tradução no Turismo

Com a globalização do turismo, e sendo este um dos setores que traz mais rentabilidade aos países por todo o mundo, é necessário expandir também todos os serviços para se adaptarem à constante evolução do setor. A tradução tem uma elevada importância nesta área. Com o aumento da comunicação entre países, e entre turistas de diferentes nacionalidades e culturas, é necessário traduzir material turístico informativo no maior número de línguas possíveis. Isto envolve os mapas, guias turísticos, pontos de interesse, e todos os serviços que englobam o setor do turismo. Existem múltiplas

empresas com a necessidade de traduzir este tipo de material, como hotéis, *Airbnb*, postos de turismo, agências de viagens, entre muitas outras, se quiserem que os seus serviços cheguem ao público internacional.

Assim, a tradução ajudará o setor a alcançar um público multilingue, e a promover os destinos turísticos. Para tal, é necessária uma tradução profissional, que ajudará as empresas a atingir a audiência certa, e atrair mais turistas. A tradução de conteúdos das redes sociais, correspondência, material e guias turísticos, dos *websites* relacionados com viagens e com pacotes de viagens, mas também de contratos e correspondências comerciais, ajudará o cliente a decidir o melhor serviço a escolher, de maneira fácil e rápida.

Para isto, é necessário um conhecimento abrangente de todas as línguas a que se pretende traduzir um texto turístico, tendo sempre em conta o país e cultura dos mesmos. O tradutor terá de ser competente a traduzir vários elementos turísticos, como eventos culturais, itinerários, história e geografia, gastronomia, informação sobre monumentos, entre outros. Isto requer um estudo muito complexo sobre cada língua e cultura, de maneira a transmitir a informação de maneira correta, para que os turistas a entendam sem grandes dificuldades.

3.3.1. Problemas na Tradução de Textos Turísticos

Como sabemos, para traduzir textos turísticos, um tradutor necessita de fazer um trabalho de pesquisa alargado para conseguir transmitir noutra língua, a informação que foi apresentada na língua de origem. García diz que “naturalizar produtos numa língua e cultura que tenham sido descritos noutra língua e cultura em que se utilizem diferentes usos e convenções (...) é evidente que a tarefa do tradutor é complexa” (García, 1994).

É necessário então que o tradutor tenha um amplo conhecimento sobre as diferentes línguas e culturas do mundo. Sánchez escreve que “para poder traduzir textos sobre outros países e respetivas culturas, é necessário ter um amplo conhecimento do mundo, especialmente da cultura estrangeira descrita e da sua própria cultura para ser contrastada com ela” (Sánchez, 2011, p.580).

Encontramos então um dos problemas da tradução de textos turísticos. Se um tradutor não for capaz de transmitir com rigor e certeza a mensagem que foi transmitida na língua de origem, e se não tiver conhecimentos nas variadas línguas e culturas pelo mundo, terá grandes dificuldades na tradução.

Como Sánchez diz, a “falta de conhecimento sobre o lugar, as suas características” (Sánchez, 2011, p.580), são fatores que afetam uma tradução.

Autores como Fischer (1998) enumeram também algumas das principais dificuldades encontradas na tradução dos textos turísticos, sendo elas: a falta de conhecimento sobre um lugar, e as suas características, tal como Sánchez havia relatado, onde diz que são necessários conhecimentos específicos, como informação precisa sobre o local, e as principais características do mesmo, para tradução de textos de museus e instituições culturais; a dificuldade de tradução de nomes próprios, de pratos típicos, de costumes e festas, tendo então que encontrar uma solução adequada em função do texto apresentado, e do público alvo; procurar saber se certos topónimos têm equivalências noutras línguas; falta de instrução, sendo necessário existir sempre um caderno de encargos; e as falhas no conhecimento geográfico, que podem ser auxiliadas por enciclopédias e guias turísticos, mas nunca vão substituir a experiência em primeira pessoa num país.

3.3.2. Estratégias de Tradução

Identificados os principais problemas da tradução de textos turísticos, é necessário arranjar soluções e técnicas que ajudem o tradutor a traduzir estes textos de maneira fácil e eficaz, para que o público final consiga entender a mensagem. Na procura por estratégias que possam ser utilizadas para tornar os textos turísticos mais acessíveis, encontramos, ao longo dos anos, vários autores que debatem e estudam os melhores recursos e ferramentas na área da tradução.

Para começar, sabemos que a tradução literal de um texto é possível, mas deverá ser evitada no caso dos textos turísticos. O texto de partida tem de ser interpretado e estudado, de maneira que seja entendida a mensagem, e seja assim traduzido para as línguas de chegada de forma correta. Não interessa traduzir um texto sem entender a mensagem do mesmo, e uma má interpretação e tradução do mesmo fará com que os textos finais sejam confusos, e em muitos dos casos, não façam sentido nenhum.

Segundo os autores do trabalho intitulado de *“Translation strategies for tourist advertising sites”*, um texto turístico deve ter um conjunto de fatores que o vão tornar apelativo.

Primeiramente, temos a brevidade do texto, que consiste na transmissão da informação necessária sem utilizar palavras extra. Dizem que “nos textos da publicidade turística, este princípio é

geralmente implementado em secções que cobrem brevemente os principais pontos do serviço oferecido” (Akhatova et al., 2021, p.4).

Segue-se a exatidão e a atenção cuidadosa aos detalhes, focando na concentração, que serão essenciais para uma publicidade bem-sucedida. “ao criar qualquer texto publicitário, é importante prestar atenção aos detalhes, concentrar-se na oferta, mas ao mesmo tempo evitar informação excessiva, pois isto pode dificultar a sua compreensão” (Akhatova et al., 2021, p.4).

Consecutivamente temos a simplicidade da apresentação, que é um “fator importante ao criar textos turísticos” (Akhatova et al., 2021, p.4); o critério principal é a explicação acessível e simples da essência do texto.

Temos também a consistência, onde “é necessária que a ligação semântica entre as ofertas no texto publicitário desempenhe um papel fundamental na sua criação” (Akhatova et al., 2021, p.4); apesar do texto ser curto e simples, a perda de informação nestes textos é inaceitável.

E finalmente temos a informação. Para que a mensagem seja convincente para o público-alvo, é necessário que sejam construídos argumentos de forma clara e consistente. “A possibilidade de dupla interpretação e ambiguidade na informação apresentada não deve ser permitida” (Akhatova et al., 2021, p.4).

Na sua publicação *“Stylistique comparée du français et de l’anglais”* Vinay e Darbelnet (1958) descrevem as ferramentas que deverão ser utilizadas nos processos de tradução. Os tradutores, segundo os autores, podem seguir dois métodos de tradução, a tradução literal e a tradução oblíqua. A tradução literal pode ser utilizada quando as línguas tiverem a mesma estrutura lexical e morfológica. Apresentam então 3 processos que vão auxiliar na tradução literal:

Tabela 2 - Métodos de Tradução

| | |
|-------------------|---|
| Empréstimo | Consiste na ideia de retirar a palavra da língua de origem e mantê-la na língua de destino. |
| Decalque | Quando uma expressão do texto de partida é transferida literalmente para o texto de chegada. Estes podem seguir a sintaxe da língua de chegada enquanto traduzem cada palavra literalmente, ou ignorar a sintaxe da língua de chegada e manter a sintaxe da língua de origem, construindo uma estrutura sintática questionável no texto de destino. |

| | |
|-------------------------|---|
| Tradução Literal | Transferência literal de uma expressão do texto de partida para o texto de chegada, seguindo todos os requisitos de sintaxe adequados na língua de chegada. |
|-------------------------|---|

Fonte: Vinay e Darbelnet, 1958

Não sendo possível a utilização de tradução literal, é possível então a utilização da tradução oblíqua. Isto acontece quando existem diferentes estruturas, onde não seja possível alterar as características linguísticas sem perturbar a ordem sintática e lexical da língua. São apresentados então 4 processos que vão auxiliar na tradução oblíqua:

Tabela 3 - Métodos de Tradução

| | |
|---------------------|---|
| Modulação | Transformação da forma da mensagem, ao trocar o ponto de vista do texto de origem para o texto de chegada, semanticamente. |
| Transposição | Mudança da classe de palavras sem mudar o seu significado. |
| Adaptação | Substituição de palavras da língua de partida para a língua de chegada, quando a mensagem é desconhecida na cultura na língua de chegada. |
| Equivalência | Descrição de uma determinada situação, utilizando métodos estilísticos ou estruturais que produzam textos semelhantes. |

Fonte: Vinay e Darbelnet, 1958

4. Turismo do Porto e Norte de Portugal: Porto Welcome Center

Sediada em Viana do Castelo, a Entidade Regional de Turismo do Porto e Norte de Portugal surge com a missão de promover e desenvolver o turismo na região. Com o desenvolvimento das tecnologias e a necessidade de encontrar ideias inovadoras, a TPNP apresentou o conceito das Lojas Interativas de Turismo.

Estas surgem com o objetivo de interligar a região norte do país, com uso das TIC, de forma a criar uma rede que facilite a promoção da região. Estas lojas oferecem “uma rede interligada de informação turística (...) oferecendo soluções tecnológicas e possibilidade de partilha, que os visitantes/turistas consultarão, satisfazendo todo o tipo de questões sobre a oferta da região” (Santos, 2015).

A primeira a ser inaugurada foi a Loja Interativa de Santiago de Compostela, na Galiza, Espanha, em janeiro de 2010, seguido da Loja Interativa do Aeroporto Internacional Francisco Sá Carneiro em junho de 2012, primeira no território nacional.

4.1. Apresentação da Entidade Acolhedora

Localizado no coração do centro histórico da cidade do Porto, o *Porto Welcome Center* foi a instituição acolhedora do estágio curricular. Inaugurado em setembro de 2016, está englobado na rede de Lojas Interativas de Turismo criadas pela TPNP. Como as 71 lojas interativas de turismo que integram esta rede, o *Porto Welcome Center* tem como principal objetivo a promoção da região norte de Portugal e, como encontra-se no coração da invicta, promover a cidade do Porto.

Fazendo parte da Entidade Regional de Turismo do Porto e Norte de Portugal, tem como presidência o Doutor Luís Martins, e vice-presidência o Doutor Inácio Ribeiro. Este está sob a responsabilidade do Diretor do Departamento Operacional, o Doutor Marco Sousa, com 3 técnicas operacionais. O PWC encontra-se aberto das 9 da manhã às 7 da tarde, todos os dias da semana, de segunda a domingo, incluindo feriados, sem pausa para almoço. A trabalhar em conjunto com o PWC, encontra-se ainda a Associação de Turismo do Porto, que disponibiliza a venda dos pacotes turísticos aos visitantes.

Figura 1 - Logótipo do Turismo do Porto e Norte de Portugal



4.2. Promoção Turística

Com o crescimento do setor turístico e da afluência de turistas na cidade do Porto, foi necessário incorporar estratégias para melhorar a experiência pessoal de cada turista que visita o nosso país. Com a necessidade do fornecimento de informações mais claras e detalhadas, foram adotados novos métodos para expandir o turismo na cidade.

4.2.1. Produtos Estratégicos

Com o objetivo de promover a cidade do Porto e a região do Porto e Norte de Portugal, o PWC tem ao seu dispor variados produtos estratégicos, que ajudam o turista a decidir que tipo de pacote turístico necessitam para as suas viagens, que sítios devem visitar no seu tempo na cidade, e que informações precisam para tornar a sua viagem ao nosso país memorável.

A TPNP oferece produtos estratégicos em sete áreas diferentes para promoção da Região. Estes são o Turismo de Saúde e Bem-Estar, Turismo Cultural e Paisagístico, Turismo Religioso, Turismo de Natureza, Gastronomia de Vinhos, *City & Short Breaks* e Turismo de Negócios. De maneira a proporcionar uma boa experiência aos turistas que visitam a loja e conseguir fornecer a informação de maneira correta, a TPNP tem à disposição dos turistas estes pequenos livros que falam um pouco sobre as diferentes áreas de promoção turística.

Figura 2 - Livro "Centros Históricos Norte de Portugal"



Figura 3 - Livro "Castelos Norte de Portugal"



Figura 4 - Livro "Monumentos Norte de Portugal"

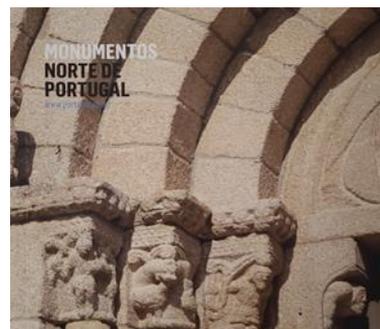


Figura 5 - Livro "Short Breaks Norte de Portugal"



Figura 6 - Livro "Reserva da Biosfera Transfronteiriça Gerês-Xurés"



Figura 7 - Livro "Sítios Património Mundial Norte de Portugal"

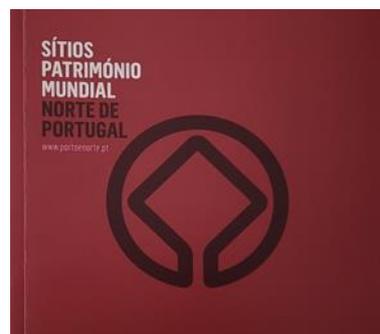


Figura 8 - Livro "Viajar em Família Norte de Portugal"



Figura 9 - Livro "Aldeias Norte de Portugal"

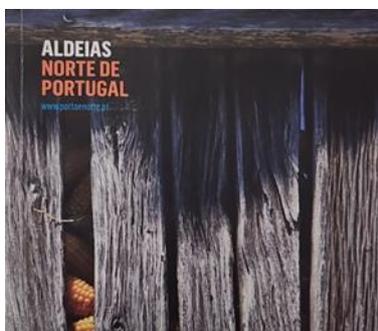


Figura 10 - Livro "Festas e Romarias Norte de Portugal"



Fonte: TPNP, 2022

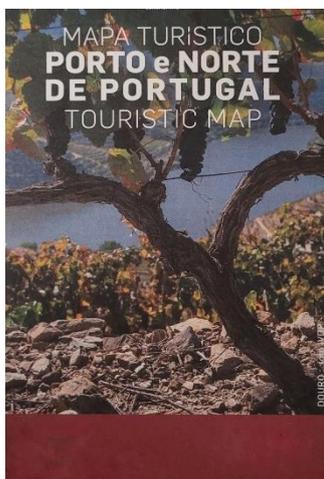
Apesar de serem essenciais, estes não fazem parte do material turístico utilizado diariamente na loja. Apenas são providenciados aos turistas quando estes pedem informação mais detalhada sobre um específico tema. Nesses casos, estes livros revelam-se muito úteis, devido à informação detalhada que estes dispõem sobre os seus temas, e à variedade de línguas em que os mesmos se encontram traduzidos (português, inglês, francês, espanhol e alemão).

O mapa da cidade do Porto é o material turístico mais utilizado pelos técnicos de turismo do PWC. Quando um turista pergunta quais os monumentos que pode visitar na cidade e que atividades

pode realizar, é no mapa que é indicado todos os lugares. Com ele é possível criar um roteiro turístico quando requisitado pelos turistas, mostrando os diferentes monumentos e atrações que podem visitar num dia. É essencial para ceder informações sobre ruas e locais específicos, por exemplo, quando um turista procura saber onde é o seu hotel, ou onde se encontram as paragens dos autocarros turísticos.

O PWC dispõe ainda de vários panfletos informativos, mapas, *booklets*, e todo um conjunto de material impresso que pode ser distribuído aos turistas. Nos expositores da loja, podemos encontrar uma variedade de material, como os mapas do Porto, do norte de Portugal e ainda o mapa do Caminho de Santiago, muito exigido pelos peregrinos que param na loja para aprender as melhores rotas a seguir; folhetos informativos sobre a Fundação de Serralves e Casa da Música, para aqueles que procuram um pouco de arte e música, sobre o *Sea Life*¹⁷ e *World of Discoveries*¹⁸, Oceanário do Porto e museu interativo acerca dos descobrimentos portugueses, indicados para famílias com crianças pequenas, e sobre as diferentes caves de vinho da cidade, para quem procure as maravilhas gastronómicas do nosso país. Encontramos também informação sobre os autocarros turísticos e os passeios de barco no rio Douro, os quais são muito requisitados pelos turistas e que podem ser reservados na loja, com um dos técnicos de turismo pertencentes a ATP.

Figura 11 - Capa do Mapa Turístico Porto e Norte de Portugal



Fonte: TPNP, 2022

Figura 12 - Capa do Mapa dos Caminhos Portugueses de Santiago

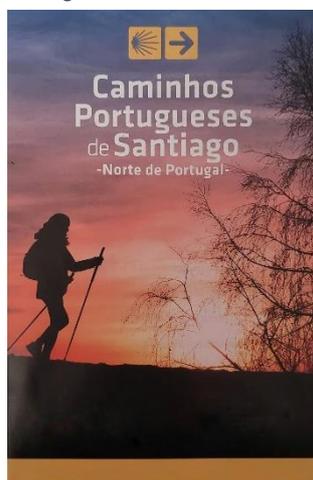


Figura 13 - Capa do Mapa da Cidade do Porto



¹⁷ <https://www.visitsealife.com/porto/en/>

¹⁸ <https://www.worldofdiscoveries.com/>

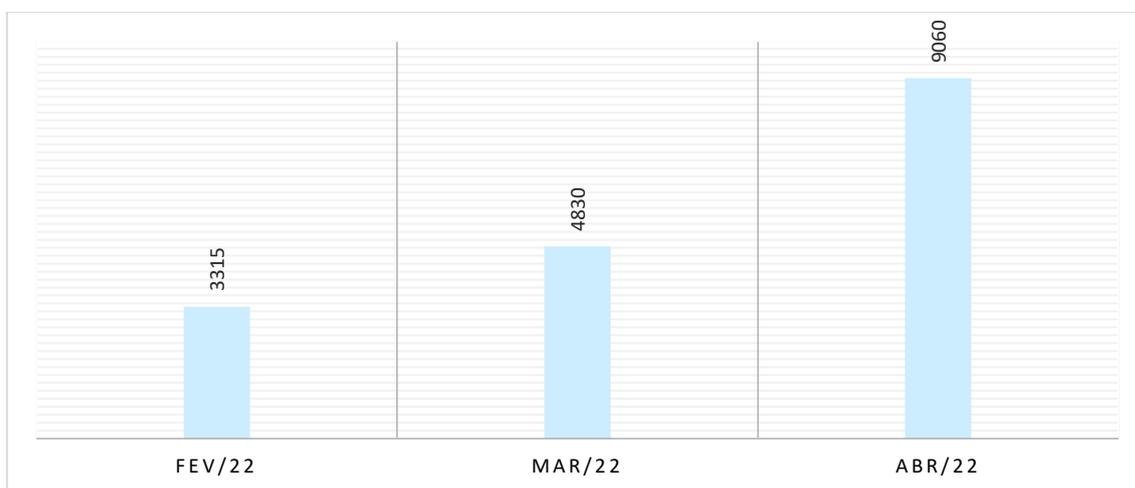
Na loja, além do material informativo turístico, ainda é vendido o *Porto Card*. Este é um cartão que dá descontos na entrada em vários museus e monumentos da cidade. Este pode ainda ser comprado em conjunto com o cartão de transportes Andante, que oferece aos turistas um preço mais reduzido quando utilizam os transportes públicos pela cidade.

4.2.2. Dados Estatísticos

A loja de turismo recebe diariamente centenas de turistas de todas as nacionalidades. Para manter um registo do número de pessoas que entram na loja e das suas nacionalidades, os técnicos de turismo e estagiários questionavam o turista, no final da conversa, sobre o país que são provenientes. Estes dados eram registados numa folha diária, onde eram anotados o número de turistas e a sua nacionalidade. No final de cada mês um técnico de turismo era responsável por culminar estes dados todos numa folha Excel, que apresentava os resultados mensais.

Os dados apresentados nas figuras são referentes à duração do meu estágio curricular, de fevereiro a abril.

Gráfico 2 - Turistas que visitaram o PWC - fevereiro, março e abril 2022

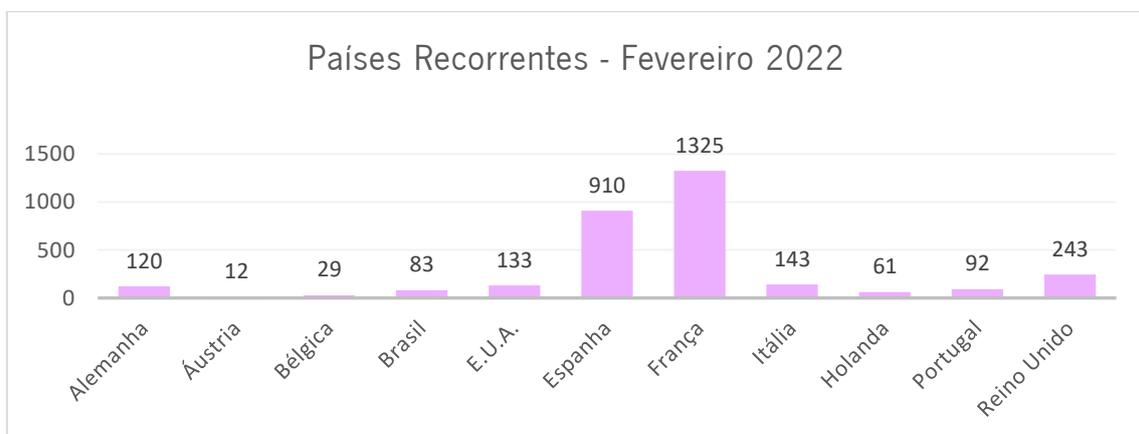


Fonte: autoria própria

Podemos ver que houve um aumento significativo do número de turistas que frequentaram o PWC. Para este aumento, existem vários fatores que justificam a diferença de números. Sabemos que durante o início do ano de 2022, as medidas tomadas pelos governos mundiais de prevenção ao vírus da Covid 19 ainda estavam em vigor, como a necessidade de apresentação de um certificado de vacinação, ou de um teste antigénico ou PCR para viajar e para entrar na maior parte dos países. Com

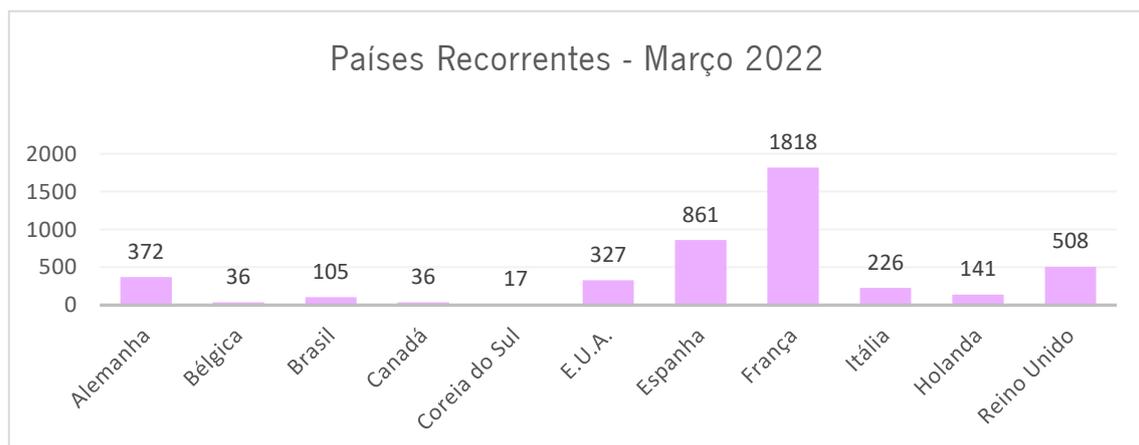
essas medidas em vigor, era difícil as pessoas visitarem outros países nos primeiros meses do ano. Vemos isso no mês de fevereiro, onde só entraram 3315 pessoas na loja. No mês de março vemos um aumento comparado ao mês anterior, com 4830 pessoas a entrar na loja. A diferença significativa encontra-se no mês de abril, onde vemos um aumento para mais do dobro do que o mês de março, com 9060. Neste mês, além das medidas preventivas contra o covid 19 terem sido aliviadas, sabemos ainda que existiram outros fatores para um aumento da afluência, como a Semana Santa e a Páscoa, que justifica a procura elevada dos turistas por informação no PWC.

Gráfico 3 - Países recorrentes no PWC - fevereiro 2022



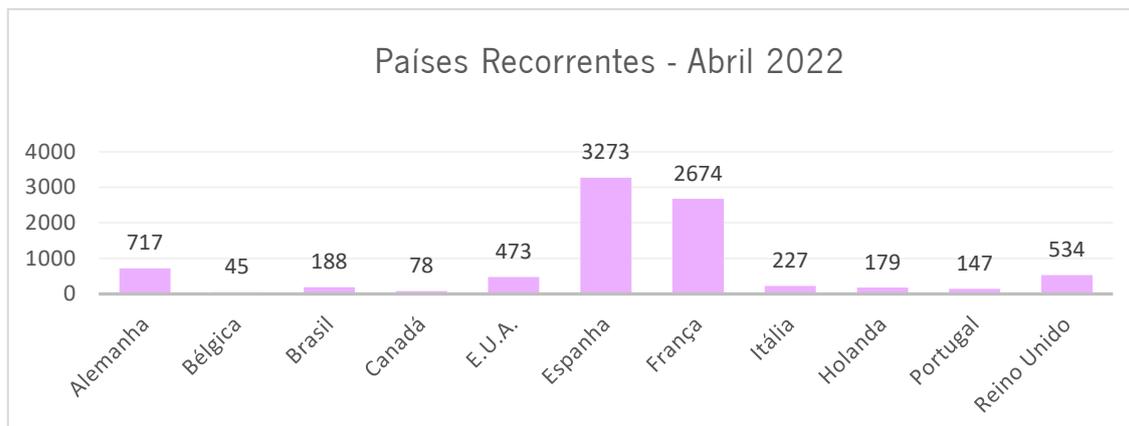
Fonte: autoria própria

Gráfico 4 - Países recorrentes no PWC - março 2022



Fonte: autoria própria

Gráfico 5 - Países recorrentes no PWC - abril 2022



Fonte: autoria própria

Durante os meses de fevereiro, março e abril, o *Porto Welcome Center* teve maior afluência de turistas provenientes de França, num total de 5817. Nos meses de fevereiro e março, foi o país com mais turistas a entrar na loja. Logo seguido pelos turistas provenientes de Espanha, num total de 5044. No mês de abril, foi o país com mais turistas a entrar na loja.

Esta afluência de turistas dos países vizinhos a Portugal deve-se principalmente à criação de novas rotas aéreas entre os países. Companhias aéreas como a *Ryanair* disponibilizam cada vez mais voos entre estes países, a preços acessíveis, facilitando e cativando a visita de turistas à cidade do Porto. Sabemos ainda que no mês de abril de 2022 ocorreu a Semana Santa e a Páscoa, o que justifica o influxo de turistas espanhóis na cidade. Estes procuram principalmente eventos ligados a esta semana religiosa, tanto dentro da cidade, como nas cidades vizinhas (ex. Braga).

Subsequente a França e Espanha, vemos os turistas do Reino Unido e da Alemanha, com um total de 1285 e 1209, na devida ordem, no decorrer dos 3 meses. Dos restantes países recorrentes vemos os Estados Unidos da América, a Itália, a Holanda, o Brasil, Portugal, o Canadá, a Bélgica, a Coreia do Sul e a Áustria, respetivamente.

Tirando as razões já referidas acima, sabemos que o turismo residencial cresce cada vez mais. Existe uma procura elevada de residência em Portugal por pessoas estrangeiras. Os turistas que mais procuravam informações sobre imóveis portugueses no *Porto Welcome Center* eram os estadunidenses, seguido pelos ingleses e canadianos.

Não é possível fazer uma comparação dos dados de 2022 nos meses de fevereiro e março de 2021, pois a loja esteve encerrada devido à pandemia mundial causada pelo vírus SARS-CoV-2. No mês de abril de 2021, a loja recebeu um total de 354 turistas, uma diferença abismal comparada com os 9060 turistas de abril de 2022. Isto mais uma vez deve-se à pandemia vivida nessa época.

Estes dados são apenas uma pequena amostra da afluência turística à cidade do Porto, pois demonstram apenas os turistas que entram na loja, e não a totalidade de turistas que a cidade recebe num determinado período de tempo.

4.3. Estágio Curricular

O *Porto Welcome Center* tem como principal objetivo a promoção da cidade do Porto e da região do norte de Portugal. Na realização deste estágio, o principal objetivo era informar os múltiplos turistas que entram na loja e ajudá-los com as suas perguntas sobre a cidade, assegurando sempre um bom serviço e fazendo-os sair da loja com mais conhecimentos para tornar a sua viagem inesquecível.

4.3.1. Descrição das Tarefas Realizadas

O principal objetivo do PWC é a promoção turística da cidade do Porto e da região do norte de Portugal, e a venda de pacotes turísticos aos visitantes nacionais e internacionais. O balcão da loja está dividido em duas entidades, a pública, intitulada de Turismo do Porto e Norte de Portugal ou TPNP, da qual eu fiz parte como estagiária, e que tem como principal objetivo promover a região do norte de Portugal e, principalmente, a cidade do Porto, e a privada, intitulada de Associação de Turismo do Porto e Norte, ou ATP, que tem como o principal objetivo promover e fazer a venda de pacotes turísticos. Estas duas entidades trabalham em conjunto para trazer a melhor experiência ao turista visitante.

O meu trabalho durante o estágio era, principalmente, o atendimento ao público. Durante as primeiras semanas de estágio, fui observando os técnicos de turismo, para conseguir aprender todas as técnicas utilizadas para um bom atendimento, nas três línguas por mim faladas. Ao fim destas semanas, e com o consentimento dos técnicos e da minha orientadora de estágio, comecei com o atendimento ao público. As principais matérias no atendimento ao público na loja de turismo são a entrega do mapa da

cidade do Porto, ou da região do norte de Portugal, conforme os requisitos do turista, a indicação dos principais pontos turísticos da cidade, e uma breve explicação do que poderá ser visitado em cada um, consequentemente criando um roteiro que possa ser seguido pelo visitante.

Como estagiária fiz também a reposição do material turístico da loja, que passou pela organização do material pelas línguas em que eles se encontravam disponíveis (as principais línguas eram o português, inglês, espanhol e francês; em materiais turísticos das cidades vizinhas como Guimarães e Braga, já encontrávamos outras línguas como o italiano, alemão e holandês) e reposição dos expositores na entrada da loja com mapas da cidade e informação turística. Neste tempo onde me encontrava a repor material na entrada da loja, era muitas vezes abordada pelos turistas, ou seja, fazia também atendimento ao público nessas horas.

As principais dificuldades que encontrei passaram no atendimento de turistas franceses. Como nunca tive formação em francês, não podia comunicar com eles na língua. Então acabavam por surgir várias opções para este obstáculo: a comunicação em inglês, quando os turistas franceses mostravam saber falar a língua; o encaminhamento dos turistas franceses para um dos técnicos de turismo que falassem a língua francesa; ou nos casos extremos, onde o turista não falava inglês, e não queria ser encaminhado para um dos meus colegas, a utilização de ferramentas de tradução, como o *DeepL* e o Google Tradutor, ou mesmo a utilização de gestos, com o auxílio do material turístico, neste caso, do mapa da cidade, para os ajudar com as suas questões. Como o francês é uma língua românica, sendo da mesma família que o português, algumas palavras são similares. Ao entender algumas palavras acabava por conseguir ajudar os turistas com auxílio das ferramentas.

Durante os três meses de estágio senti que tive uma evolução nas minhas capacidades de atendimento e de conhecimento da cidade e da história da mesma, e que, com estas novas aptidões, conseguia atender o turista com mais naturalidade e confiança. Senti ter capacidades linguísticas suficientes para abordar os turistas nas minhas três línguas: português, espanhol e inglês, ou seja, senti-me muito à vontade a ajudar os turistas com as suas diferentes questões. Também com os turistas e com os técnicos de turismo da loja, aprendi novo vocabulário, relativo à área do turismo, que enriqueceu os meus conhecimentos das línguas e tornou-se muito útil na comunicação.

4.3.2. Perguntas Frequentes

Ao interagir diariamente com os turistas durante o meu estágio, consegui identificar quais eram as perguntas mais frequentes entre os visitantes da cidade.

A questão mais frequente foi sem dúvida “o que posso visitar na cidade?”. Quando surgia essa dúvida, começava por indicar o ponto turístico mais perto da loja, sendo este a estação de São Bento, e criava um roteiro que os turistas pudessem percorrer na cidade. Este roteiro poderia variar dependendo dos requisitos dos turistas. Alguns pediam monumentos que pudessem ser acessíveis aos seus acompanhantes de maior idade, e que não envolvesse deslocações a pé pela cidade. Nesses casos, não aconselhava a zona da ribeira, por se encontrar num ponto de difícil acesso, e indicava a escolha de um autocarro turístico, pois tais autocarros percorrem a cidade inteira e disponibilizam a funcionalidade do *hop-on/hop-off*¹⁹. Outros turistas mencionavam os seus filhos e que estavam à procura de algo mais didático. Nesses casos indicava que visitassem o parque da cidade e o *SeaLife*, e que nesses casos poderiam apanhar o autocarro 500, que percorre a zona da ribeira até a foz do rio Douro, e segue a costa até Matosinhos.

Outra dúvida recorrente entre os turistas era a localização da paragem do autocarro 500 da STCP, e dos autocarros turísticos. Devido às obras da nova linha rosa da metro do Porto, as paragens foram alteradas para outra rua, o que criou confusão nos visitantes. Ainda sobre os transportes, surgiam perguntas sobre os horários dos transportes públicos disponíveis na cidade, e sobre a localização dos barcos turísticos e dos elétricos. Para os horários, é possível consultá-los *online* nos *websites* das empresas, portanto facilitava o endereço dos mesmos. Para a localização dos barcos e dos elétricos, e para a indicação das novas paragens dos autocarros turísticos e do autocarro 500, recorria ao mapa da cidade, e indicava onde os podiam encontrar.

A procura por experiências gastronómicas era visível nas perguntas dos turistas mundiais. Alguns perguntavam-me os melhores lugares para comer, enquanto outros perguntavam-me mais informações sobre os pratos típicos do Porto. Uma das regras da loja é que não podemos recomendar um restaurante específico, por isso eu indicaria as zonas da cidade com mais restaurantes, pelo que os turistas poderiam escolher o local que melhor lhes conviesse. Sobre o prato típico, recomendava-lhes sempre que

¹⁹ A hop-on/hop-off bus is a sightseeing bus that enables you to get on and off as you please. Your ticket offers you the incredible opportunity to sightsee at your own pace, without having to stay on the bus or in a group.(Hornik, 2022) <https://www.greatvaluevacations.com/travel-inspiration/benefits-of-a-hop-on-hop-off-bus-experience>

provassem a francesinha, pois é o prato mais popular da cidade e um dos meus favoritos. Pela cidade existem vários lugares que servem uma boa francesinha, por isso não necessitava de especificar um restaurante.

A maioria dos turistas pediam informações sobre as caves de vinho. Normalmente perguntavam qual era a cave que recomendávamos, mas mais uma vez, não podíamos especificar uma, por isso eu fornecia-lhes a informação disponível na loja, e deixava os turistas escolherem qual preferiam. Para a compra de experiências nas caves, encaminhava os turistas para um dos colegas da ATP que procedia à venda dos pacotes turísticos.

Como o PWC disponibiliza não só informação e material turístico sobre a cidade do Porto, mas também sobre toda a região norte do país, muitos turistas pediam mapas de outras cidades como Guimarães e Braga. Juntamente com os mapas, muitos questionavam sobre os melhores métodos de transporte para chegar a essas cidades. Nesses casos, recomendava o comboio, que os leva às cidades rapidamente, e de forma acessível.

Também surgem questões mais específicas sobre outros assuntos, como o preço de entrada de um monumento, informações sobre os *free walking tours*, mais especificamente, onde podiam encontrar os guias. Nestes casos, pedia ajuda aos técnicos de turismo que, com muitos anos de experiência, já sabiam a resposta a estas perguntas ou então, recorria à consulta nos *websites* das variadas empresas e monumentos, para fornecer a informação mais detalhada e correta ao turista.

Quando comecei o estágio no PWC, sabia que seria questionada sobre vários tópicos, mas uma das perguntas frequentes que mais me surpreendeu foi sobre a localização de uma caixa de correio. Apesar de vivermos na era das tecnologias, muitos turistas ainda compram postais e enviam aos seus familiares e amigos.

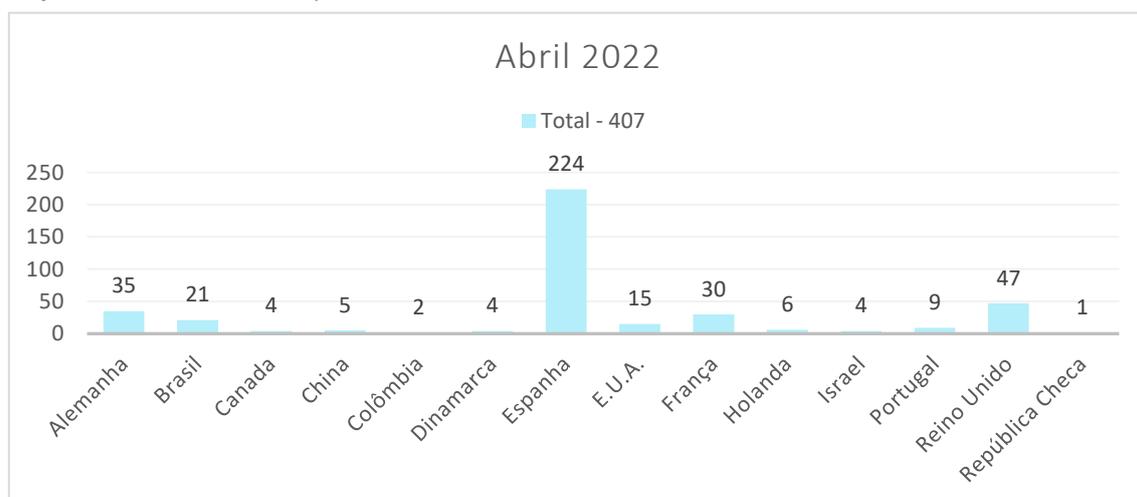
4.3.3. Dados Estatísticos – Pessoais

Os dados estatísticos do *Porto Welcome Center* são importantes para avaliar os seguintes fatores: a nacionalidade dos turistas e o número de pessoas que entram na loja. Sabendo as nacionalidades mais recorrentes, é possível melhorar o serviço de atendimento, em termos linguísticos; é também importante saber quantas línguas novas entram na loja e se são recorrentes, porque o material turístico da loja é traduzido, e esse material pode ser melhorado e traduzido para novas línguas.

Durante o mês de abril, decidi anotar todos os turistas que atendi, de forma a comparar as minhas estatísticas com as do PWC. Não fiz o mesmo para os meses de fevereiro e março pois nesses meses ainda estava a aprender todas as técnicas e toda a informação turística, e só no mês de abril é que já tinha autonomia, estava mais tranquila e confortável em atender os turistas e tinha liberdade para os atender sem a ajuda e supervisão de um técnico de turismo

No gráfico 6 apresento as minhas estatísticas pessoais para o mês de abril:

Gráfico 6 - Número de turistas que atendi - abril 2022



Fonte: autoria própria

Durante o mês de abril, o país mais recorrente no PWC foi a Espanha. Comparando com os meus dados pessoais, vemos que foi a nacionalidade de turistas que mais atendi. Como houve um grande afluxo de turistas espanhóis durante este mês devido à Páscoa e à Semana Santa, e como o espanhol é uma das línguas que falo, é normal ser um dos grupos turísticos com quem tive mais interações.

Vemos que a França foi o segundo país mais recorrente na estatística do PWC, mas nos meus dados pessoais foi o Reino Unido. Como não sei francês, tenho mais dificuldade em comunicar com os turistas franceses se estes não falarem inglês, mas, apesar disto, atendi um total de 30 turistas franceses no mês de abril. Sendo o inglês uma das línguas com que mais me sinto à vontade, é normal atender mais turistas que falem inglês, como é o caso do Reino Unido.

A Alemanha encontra-se em terceiro tanto nos meus dados pessoais como nos dados estatísticos do PWC. A abertura de rotas aéreas da Alemanha para o Porto e a facilidade de comunicação em inglês com os turistas alemães proporcionam o aumento da procura alemã ao nosso país.

No gráfico 5 só aparece os países mais recorrentes do PWC no mês de abril, mas nos meus dados pessoais apresentados no gráfico 6, encontram-se todos países dos quais os turistas que atendi eram provenientes. Por essa razão, vemos países como a China, Colômbia, Dinamarca, Israel e República Checa. Esses estão anotados na contagem total do mês de abril do PWC, evidenciado na tabela 6, que se encontra no Anexo 1.

5. Considerações Finais

A escolha da realização do estágio curricular no *Porto Welcome Center* foi ao encontro do meu interesse de interagir com um público internacional diariamente. A comunicação diária com turistas de todos os cantos do mundo demonstrou-me que as experiências de aprendizagem vêm de ambos os lados. Pude partilhar com os turistas toda a informação que aprendi e toda a experiência que adquiri durante o meu estágio com os técnicos de turismo, mas também aprendi muito com os próprios turistas, com as suas experiências pessoais, com as suas diferentes culturas e línguas, e com as suas interações com outras pessoas do setor. Todos os dias melhorei as minhas capacidades e os meus conhecimentos com os meus colegas, mas também com as múltiplas pessoas com quem tive a oportunidade de interagir. Ensinarão-me novo vocabulário, partilharam comigo as suas experiências de viagens, e enriqueceram os meus dias.

A comunicação multilingue mostrou-se ser um fator importante na área da tradução. Aprender novas informações numa língua e traduzi-las no próprio momento para outra língua é um trabalho complicado que requer muita atenção e muito conhecimento linguístico. É necessário haver uma atenção com a informação que está a ser transmitida, e se esta está a ser transmitida corretamente, de forma que o turista a possa compreender sem grandes dificuldades.

Apesar de não me ter sido possível a tradução de textos turísticos durante a duração do estágio, já que este era mais ligado à comunicação multilingue e à promoção das informações turísticas sobre a cidade do Porto e sobre a região Norte de Portugal, acredito que o estágio curricular me ensinou muito sobre o campo da tradução. Todo o material turístico utilizado diariamente pelos técnicos de turismo teve de passar por um processo de estudo, pesquisa e tradução cuidadosa para as variadas línguas. A partir destes textos escritos, a informação pode ser transmitida aos turistas de todo o mundo. Esta informação é vital ao bom funcionamento do posto de turismo e é utilizada diariamente pelos técnicos de turismo. A tradução e comunicação multilingue estão interligadas e são vitais para o setor do turismo. O turismo como setor económico, social e cultural não seria eficaz sem a ajuda de todo o material turístico traduzido e sem as informações que são transmitidas diariamente aos turistas nacionais e internacionais. Todos estes setores trabalham arduamente para tornar a viagem de todos os turistas inesquecíveis.

O conhecimento sobre a história e a cultura da cidade é importante quando alguém fornece informações numa oficina de turismo. Na cidade do Porto, todo o seu património histórico cultural são os fatores mais atrativos para os visitantes de todo o mundo. Perceber a história de cada monumento e

a sua importância no desenvolvimento da cidade como a conhecemos hoje é essencial para ajudar o turista durante a sua visita. É importante que haja uma inovação nas experiências turísticas, e para isso, é necessário entender o que já existe na cultura e património de um lugar, e adaptar a evolução e ao constante crescimento do sector turístico.

No geral, esta experiência de estágio proporcionou-me a oportunidade de testar as minhas habilidades de comunicação nas várias línguas que falo. Todos os dias me vi desafiada a melhorar as minhas capacidades comunicativas e linguísticas. A interação com um público internacional foi sem dúvida tarefa exigente, mas foi possível expandir e aplicar todas as competências que adquiri na minha formação universitária. Como estagiária, senti-me muito acolhida pela equipa da loja interativa de turismo, que estavam sempre prontos a ajudar-me com diferentes questões, e ensinavam-me novas coisas sobre a cidade ou sobre a área do turismo, proporcionando-me assim uma boa experiência de estágio. Aprendi que trabalhar no atendimento ao público na área do turismo requer muita compreensão e paciência com o próximo, porque a comunicação com pessoas de diferentes cantos do mundo pode, por vezes, ser complicada, confusa, ou mesmo stressante, sendo necessário encontrar soluções que deixem os turistas esclarecidos, contentes, e sobretudo, com uma boa impressão da nossa cidade e país.

Bibliografia

- Agenda Cultural PORTO (s/d). *Igreja de São Francisco no Porto*. Consultado a 16 de julho de 2022 em: <https://agendaculturalporto.org/igreja-de-sao-francisco-no-porto/>
- Akhatova, B.; Howes, E.; Malikova, R.; Tukhtabayeva, A. (2021). *Translation strategies for tourist advertising sites*. Consultado a 23 de setembro de 2022 em: <https://laplageemrevista.editorialaar.com/index.php/lpg1/article/view/1751/1494>
- Anjana (2022). *Types of Tourism in The World*. Consultado a 19 de setembro de 2022 em: <https://colorwhistle.com/types-of-tourism/>
- Bessa, C. (2020). *Um pouco de história e factos interessantes sobre os Clérigos*. Consultado a 20 de julho de 2022 em: <https://portosecreto.co/historia-factos-clerigos/>
- Boyer, M. (1996). *The invention of tourism* (1996). Paris. Éditions Gallimard
- CCDR-N (2022). *Região Norte*. Consultado a 19 de setembro de 2022 em: <https://www.ccdr-n.pt/pagina/regiao-norte/apresentacao>
- Canallis (2018). *Estação de São Bento (Porto)*. Consultado a 13 de julho de 2022 em: <https://historiasdehistoria.blogs.sapo.pt/estacao-de-sao-bento-porto-15386>
- Civitatis Porto (s/d). *Catedral da Sé do Porto*. Consultado a 16 de julho de 2022 em: <https://www.tudosobreporto.com/catedral-se-porto>
- Civitatis Porto (s/d). *História do Porto*. Consultado a 19 de setembro de 2022 em: <https://www.tudosobreporto.com/historia>
- Civitatis Porto (s/d). *Igreja de São Francisco*. Consultado a 16 de julho de 2022 em: <https://www.introducingporto.com/igreja-sao-francisco>
- Civitatis Porto (s/d). *Igreja e Torre dos Clérigos*. Consultado a 20 de julho de 2022 em: <https://www.tudosobreporto.com/igreja-torre-dos-clerigos>
- Comércio com História (2022). *Livraria Lello*. Consultado a 16 de julho de 2022 em: <https://www.comerciocomhistoria.gov.pt/en/listings/livraria-lello-3351/>
- Cunha, L. (2010). *A Definição e o Âmbito do Turismo: um aprofundamento necessário*. Universidade Lusófona, Porto, Portugal. Consultado a 1 de setembro de 2022 em: <https://recil.ensinulusofona.pt/bitstream/10437/665/1/A%20Defini%C3%83%C2%A7%C3%83%C2%A3o%20e%20o%20c3%83%e2%80%9ambito%20do%20Turismo.pdf>
- Direção Regional de Cultura do Norte. (s/d). *Sé do Porto*. Consultado a 16 de julho de 2022 em: <https://culturanorte.gov.pt/patrimonio/se-do-porto/>
- Douro (2020). *Do Porto à Linha do Douro: A admirável Estação de São Bento*. Consultado a 13 de julho de 2022 em: <https://www.douro.com.pt/pt/blog/regiao-do-douro/a-admiravel-estacao-de-sao-bento>

Ferreira, C. (2019). *As Catacumbas da Igreja de São Francisco – Porto (Portugal)*. Consultado a 16 de julho de 2022 em: <https://viciadaemimasesmemorias.com/2019/08/18/catacumbas-igreja-porto/>

Fischer, M. (1998). *La traducción inversa de textos turísticos como ejercicio para fomentar la competencia lingüística*. Consultado a 23 de setembro de 2022 em: <https://webs.ucm.es/info/especulo/ele/alcala.html>

Fonseca, T. (2015). *Turismo é o sector com maior crescimento no mundo*. Consultado a 01 de outubro de 2022 em: <https://www.dinheirovivo.pt/economia/turismo-e-o-sector-com-maior-crescimento-no-mundo-12862909.html>

Frias, A. (2021). *A vertente turística da tradução e da comunicação multilingue: o caso do Posto de Turismo de Braga*. Relatório de Estágio, Mestrado em Tradução e Comunicação Multilingue, Universidade do Minho, Braga, Portugal. Consultado a 24 de setembro de 2022 em: <https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/76702/1/Ana%20Margarida%20Rodrigues%20de%20Carvalho%20e%20Frias.pdf>

Ibanez, F. (2021). *Como garantir a qualidade de uma tradução para o sector turístico?* Consultado a 23 de setembro de 2022 em: <https://www.alphatrad.pt/noticias/como-garantir-qualidade-traducao-sector-turistico>

Inside Porto (s/d). *Ponte D. Luis I*. Consultado a 13 de julho de 2022 em: <https://insideporto.com/pt/package/guia-porto-monumentos-ponte-dom-luis/>

IPTD (2021). *Conceitos do Turismo*. Consultado a 1 de setembro de 2022 em: <https://www.ipdt.pt/conceitos-turismo/>

Lima, S. (2018). *Os Postos de Informação Turística e as Lojas Interativas de Turismo: Porto Welcome Center*. Relatório de Estágio, Mestrado em Turismo, Território e Patrimónios, Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra, Coimbra, Portugal. Consultado a 1 de setembro de 2022 em: https://estudogeral.uc.pt/bitstream/10316/82441/1/AnaLima_versaofinal.pdf

Livraria Lello (s/d). *Vestígios da história da Livraria Lello*. Consultado a 16 de julho de 2022 em: <https://www.livrarialello.pt/pt/vestigios-da-historia-da-livraria-lello>

Luis, P. (2019). *As estratégias de tradução no contexto da linguagem técnica*. Relatório de Estágio, Mestrado de Tradução, Escola Superior de Educação de Bragança, Bragança, Portugal. Consultado a 24 de setembro de 2022 em: <https://bibliotecadigital.ipb.pt/bitstream/10198/19788/1/pauta-relatorio-8.pdf>

Maricato, N. (2012). *O Turismo em Portugal: Tendências e Perspetivas*. Relatório de Estágio Curricular, Mestrado em Gestão, Faculdade de Economia de Coimbra, Coimbra, Portugal. Consultado a 19 de setembro de 2022 em: <https://estudogeral.sib.uc.pt/bitstream/10316/20002/1/O%20turismo%20em%20Portugal.pdf>

Martins, A. (2019). *Estágio no Posto de Turismo de Guimarães: A tradução e atendimento ao público no contexto turístico*. Relatório de Estágio, Mestrado de Tradução e Comunicação Multilingue, Universidade do Minho, Braga, Portugal. Consultado a 1 de setembro de 2022 em:

<http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/64666/1/Ana%20Rosalina%20Lopes%20Andrade%20Martins.pdf>

National Geographic (2019). *Como Era o Porto de Antigamente?* Consultado a 19 de setembro de 2022 em: <https://www.natgeo.pt/historia/2019/09/como-era-o-porto-de-antigamente>

Neves, P. (2022). *Alojamento turístico no Porto regista mais de 124 mil dormidas em janeiro*. Consultado a 01 de outubro de 2022 em: <https://www.porto.pt/pt/noticia/alojamento-turistico-no-porto-regista-mais-de-124-mil-dormidas-em-janeiro>

Pakman, E. (s/d). *Sobre as definições de turismo da OMT: uma contribuição à História do Pensamento Turístico*. Consultado a 19 de setembro de 2022 em: <https://www.anptur.org.br/anais/anais/files/11/34.pdf>

Pedrosa, C. (2021). *A História e os Segredos da Livraria Lello & Irmãoi no Porto*. Consultado a 16 de julho de 2022 em: <https://www.livingtours.com/pt/blog/historia-segredos-livraria-lello-porto.html>

Polchlopek, S., Aio, M. (2009). *Tradução Técnica: Armadilhas e Desafios*. Consultado a 19 de setembro de 2022 em: <https://revista.pgsskroton.com/index.php/traducom/article/view/2020/1921>

Porto. (2017). *Ponte pênsil D. Maria II foi desmontada há 130 anos*. Consultado a 24 de setembro de 2022 em: <https://www.porto.pt/pt/noticia/ponte-pensil-d-maria-ii-foi-desmontada-ha-130-anos>

Porto. (2020). *Porto conquista prémio de melhor destino europeu para escapadela urbana*. Consultado a 5 de setembro de 2022 em: <https://www.porto.pt/pt/noticia/porto-conquista-premio-de-melhor-destino-europeu-para-escapadela-urbana>

República Portuguesa (2020). *Portugal é o 15.º destino mundial em 2019 no Barómetro OMT*. Consultado a 01 de outubro de 2022 em: <https://www.portugal.gov.pt/pt/gc22/comunicacao/comunicado?i=portugal-e-o-15-destino-mundial-em-2019-no-barometro-omt>

Riobom, S. (2016). *O fantasma da estação de São Bento no Porto*. Consultado a 13 de julho de 2022 em: <https://portoalities.com/pt/o-fantasma-da-estacao-de-sao-bento/>

Riobom, S. (2020). *Guia essencial sobre a Sé do Porto*. Consultado a 16 de julho de 2022 em: <https://portoalities.com/pt/guia-essencial-sobre-se-do-porto/>

Rodríguez, C. (2020). *Travelling for pleasure: a brief history of tourism*. Consultado a 5 de setembro de 2022 em: <https://www.europeana.eu/en/blog/travelling-for-pleasure-a-brief-history-of-tourism>

Sánchez, T. (2011). *Dificultades de Traducción en los Textos Turísticos*. Consultado a 23 de setembro de 2022 em: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5420172>

Santos, M. (2015). *A loja interactiva na promoção turística do Porto e Norte de Portugal*. Relatório de Estágio, Mestrado em Turismo e Comunicação, Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril, Lisboa, Portugal. Consultado a 1 de setembro de 2022 em: https://comum.rcaap.pt/bitstream/10400.26/19290/1/2015.04.003_.pdf

- Sousa, M. (2021). *Ponte Luís I: história de uma obra única*. Consultado a 13 de julho de 2022 em: <https://www.portodhonra.com/2021/07/ponte-luis-i-historia-de-uma-obra-unica.html>
- Stainton, H. (2022). *The fascinating history of tourism*. Consultado a 5 de setembro de 2022 em: <https://tourismteacher.com/history-of-tourism-2/>
- Taufatofua, L.; Tokotaha, W. (2002). *Communicating effectively with tourists*. Consultado a 22 de setembro de 2022 em: <https://oasis.col.org/colserver/api/core/bitstreams/d5c38e9b-c7fa-4bfe-9867-c280f1e780ee/content>
- Teixeira, V. (2016). *O património cultural como fator de atração de turistas a uma cidade. O caso da cidade do Porto*. Jornal HiperSuper. <https://www.hipersuper.pt/2016/04/06/o-patrimonio-cultural-como-fator-de-atracacao-de-turistas-a-uma-cidade-o-caso-da-cidade-do-porto/>
- TLF (2014). *Intro to Translation Studies: Vinay and Darbelnet's Translation Procedures*. Consultado a 24 de setembro de 2022 em: <http://www.thelinguafile.com/2014/05/intro-to-translation-studies-vinay-and.html#.YOAx4HbMLrf>
- Torre dos Clérigos (s/d). *Torre, Museu, Igreja*. Consultado a 20 de julho de 2022 em: <http://www.torredosclerigos.pt/pt/historia-e-arquitetura/torre-museu-da-irmandade-igreja/>
- Tureac, C. (2008). *Types and Forms of Tourism*. Consultado a 19 de setembro de 2022 em: https://www.researchgate.net/publication/40755271_Types_and_Forms_of_Tourism
- UNWTO (2020). *UNWTO World Tourism Barometer and Statistical Annex, January 2020*. Consultado a 01 de outubro de 2022 em: <https://www.e-unwto.org/doi/abs/10.18111/wtobarometereng.2020.18.1.1?role=tab>
- UNWTO (2022). *International Tourism Back to 60% of Pre-Pandemic Levels in January-July 2022*. Consultado a 01 de outubro de 2022 em: <https://www.unwto.org/taxonomy/term/347>
- Valente, C. (2021). *Ponte Luís I: obras essenciais com impacto no turismo e no trânsito*. Consultado a 13 de julho de 2022 em: <https://www.dn.pt/local/ponte-luis-i-obras-essenciais-com-impacto-no-turismo-e-no-transito-14244209.html>
- Vinay, J. & Darbelnet, J. (1958). *Comparative Stylistics of French and English: A methodology for Translation* (1995). Amsterdam/Philadelphia. John Benjamins Publishing Company
- Visit Portugal (s/d). *Parque Arqueológico do Vale do Côa*. Consultado a 19 de setembro de 2022 em: <https://www.visitportugal.com/pt-pt/content/parque-arqueologico-do-vale-do-coa>
- Visit Portugal (s/d). *Porto e Norte*. Consultado a 19 de setembro de 2022 em: <https://www.visitportugal.com/pt-pt/destinos/porto-e-norte>
- VxMag (2021). *15 fantásticos monumentos para descobrir em Braga*. Consultado a 19 de setembro de 2022 em: <https://www.vortexmag.net/monumentos-de-braga/>

Anexos

Anexo 1 – Dados Estatísticos fevereiro

Tabela 4 - Dados Estatísticos - fevereiro 2022

| ORIGEM | 2022 |
|-------------------|-------------|
| | FEVEREIRO |
| MUNICÍPES | 21 |
| Alemanha | 120 |
| Argentina | 3 |
| Áustria | 12 |
| Austrália | 4 |
| Bélgica | 29 |
| Brasil | 83 |
| Coreia do Sul | 11 |
| Canadá | 7 |
| Colômbia | 2 |
| Dinamarca | 6 |
| E.U.A | 133 |
| Espanha | 910 |
| Europa de Leste | 15 |
| Extremo Oriente | 8 |
| França | 1325 |
| Grécia | 3 |
| Índia | 9 |
| Irlanda | 3 |
| Israel | 3 |
| Itália | 143 |
| Nova Zelândia | 1 |
| P.B. (Holanda) | 61 |
| Polónia | 9 |
| Portugal | 92 |
| Reino Unido | 243 |
| Républica Checa | 4 |
| Rússia | 1 |
| Suécia | 3 |
| Suíça | 8 |
| Turquia | 2 |
| Outros | 18 |
| Emigrantes | 14 |
| Peregrinos | 9 |
| Mapas para grupos | 20 |
| TOTAIS | 3315 |

Fonte: autoria própria

Anexo 2 – Dados Estatísticos março

Tabela 5 - Dados Estatísticos - março 2022

| ORIGEM | 2022 MARÇO |
|------------------|-----------------------|
| MUNÍCIPES | 27 |
| África do Sul | 2 |
| Alemanha | 372 |
| Argentina | 11 |
| Àustria | 4 |
| Austrália | 3 |
| Bélgica | 36 |
| Brasil | 105 |
| Coreia do Sul | 17 |
| Canadá | 36 |
| Colômbia | 4 |
| Dinamarca | 1 |
| E.U.A | 327 |
| Espanha | 861 |
| Europa de Leste | 11 |
| França | 1818 |
| Finlândia | 9 |
| Grécia | 4 |
| Índia | 1 |
| Irlanda | 8 |
| Israel | 14 |
| Itália | 226 |
| Japão | 8 |
| México | 2 |
| Nova Zelândia | 1 |
| P.B. (Holanda) | 141 |
| Polónia | 13 |
| Portugal | 98 |
| Reino Unido | 508 |
| Répubblica Checa | 9 |
| Rep. Pop. China | 9 |
| Suécia | 12 |
| Suíça | 17 |
| Tailândia | 3 |
| Turquia | 9 |
| Venezuela | 2 |
| Outros | 28 |
| Emigrantes | 34 |
| Peregrinos | 39 |
| TOTAIS | 4830 |

Fonte: autoria própria

Anexo 3 – Dados Estatísticos abril

Tabela 6 - Dados Estatísticos - abril 2022

| ORIGEM | 2022 ABRIL |
|-----------------|-----------------------|
| MUNÍCIPES | 33 |
| África do Sul | 5 |
| Alemanha | 717 |
| Argentina | 10 |
| Áustria | 12 |
| Austrália | 11 |
| Bélgica | 45 |
| Brasil | 188 |
| Coreia do Sul | 10 |
| Canadá | 78 |
| Colômbia | 18 |
| Dinamarca | 33 |
| E.U.A | 473 |
| Espanha | 3273 |
| Europa de Leste | 30 |
| França | 2674 |
| Finlândia | 16 |
| Índia | 27 |
| Irlanda | 18 |
| Israel | 29 |
| Itália | 227 |
| Japão | 7 |
| Luxemburgo | 1 |
| México | 6 |
| Noruega | 2 |
| P.B. (Holanda) | 179 |
| Polónia | 25 |
| Portugal | 147 |
| Reino Unido | 534 |
| Républica Checa | 10 |
| Rep. Pop. China | 12 |
| Rússia | 2 |
| Suécia | 14 |
| Suíça | 37 |
| Tailândia | 5 |
| Venezuela | 2 |
| Outros | 40 |
| Emigrantes | 27 |
| Peregrinos | 83 |
| TOTAIS | 9060 |

Fonte: autoria própria

Anexo 4 – Avaliação da Orientadora do PWC do Estágio Curricular

Figura 3 - Avaliação do Estágio Curricular



Universidade de Minho
Escola de Letras, Artes e Ciências Humanas

Ficha de Avaliação do Estagiário

Nome do Aluno/Estagiário: Neuza Carvalho da Silva
PG44191

Assiduidade e Pontualidade

(coloque um X na opção que se aplica. Se não se aplicar, escreva "não se aplica")

| | Insuficiente | Suficiente | Bom | Muito Bom |
|--------------|--------------|------------|-----|-----------|
| Assiduidade | | | | X |
| Pontualidade | | | | X |

Competências Profissionais

(coloque um X na opção que se aplica. Se não se aplicar, escreva "não se aplica")

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

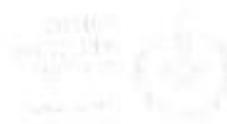


Figura 4 - Avaliação do Estágio Curricular

Competências Pessoais

(coloque um X na opção que se aplica. Se não se aplicar, escreva "não se aplica")

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

Avaliação Global do Estágio

MB

Comentários/Observações

A Neusa ao longo do seu período de estágio no Porto Welcome Center, demonstrou sentido de responsabilidade nas competências exigidas.

Após a fase inicial, foi desenvolvendo inúmeras atividades de forma autónoma e responsável sendo de notar a sua iniciativa, empenho e capacidade de concretização dos objetivos que delineou no seu plano de estágio. De realçar ainda que a estagiária revelou grande capacidade de adaptação a novas situações e a solicitações que lhe foram sendo feitas quer pela orientadora quer pelas colaboradoras do Porto Welcome Center, em função de necessidades identificadas.

Orientador na Empresa/Instituição

