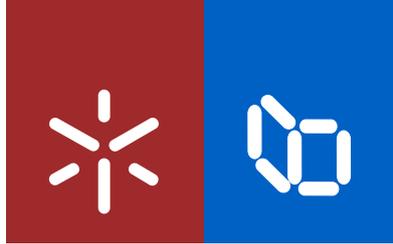


Universidade do Minho
Instituto de Letras e Ciências Humanas

Liliana Cristina da Costa Faria

**A tradução em turismo: criação de um
glossário multilingue na área museológica**



Universidade do Minho
Instituto de Letras e Ciências Humanas

Liliana Cristina da Costa Faria

**A tradução em turismo: criação de um
glossário multilingue na área museológica**

Dissertação de Mestrado
Mestrado em Tradução e Comunicação Multilingue

Trabalho efetuado sob a orientação do
Professor Doutor Orlando Alfred Arnorld Grossege
e da
Dra. Maria Cláudia Carvalho Milhazes
e coorientação da
Professora Doutora Idalete Maria Silva Dias

DECLARAÇÃO

Nome: Liliana Cristina da Costa Faria

Endereço eletrónico: lilianaccf@portugalmail.pt

Número do Bilhete de Identidade: 12379246

Título da dissertação: A tradução em turismo: criação de um glossário multilingue na área museológica

Orientadores: Professor Doutor Orlando Alfred Arnorld Grossegesse
Dra. Maria Cláudia Carvalho Milhazes

Coorientadora:
Professora Doutora Idalete Maria Silva Dias

Ano de conclusão: 2015

Designação do Mestrado: Mestrado em tradução e comunicação multilingue

É autorizada a reprodução integral desta dissertação apenas para efeitos de investigação, mediante declaração escrita do interessado, que a tal se compromete;

Universidade do Minho, ___/___/_____

Assinatura: _____

Agradecimentos

É com muita alegria que olhamos para as etapas mais difíceis da nossa vida e nos apercebemos que, apesar de difíceis, as conseguimos ultrapassar. Não as ultrapassamos sozinhos, mas com a ajuda de várias pessoas que, de forma direta ou indireta, nos apoiam e incentivam a concluir cada uma delas.

Esta dissertação envolveu longos meses, horas de investigação e de muito trabalho que não teriam sido possíveis sem a ajuda de algumas pessoas, que acompanharam de perto o meu trabalho, a minha dedicação e o meu esforço.

Obrigada ao meu orientador, Professor Orlando Grossegese pela correção e orientação ao longo destes longos meses de trabalho.

Obrigada à coorientadora, Professora Idalete Dias, que apesar de só me ter acompanhado na fase final desta tese, foi extremamente dedicada e preocupada, sempre disponível e com uma palavra de incentivo.

À Dra. Cláudia Milhazes, diretora do Museu de Olaria, e a toda a sua equipa pela disponibilidade em me receber e esclarecer as minhas dúvidas.

À minha família, um agradecimento especial à minha mãe, que me incentiva a nunca desistir. Obrigada pelo apoio e, sobretudo nos momentos de desânimo e tristeza, pela paciência demonstrada.

Aos meus amigos que se demonstraram sempre muito interessados e preocupados. O meu obrigado pelas ajudas técnicas, pelas palavras de incentivo, pelos telefonemas e por compreenderem as minhas ausências. Em especial, à Liliana pelas longas conversas e a paciência em ouvir.

A todos os professores e colegas de Mestrado que, com o seu conhecimento e partilha de experiências, enriqueceram a minha passagem por este Mestrado.

Acima de tudo, gostaria de agradecer a Deus, o meu maior parceiro, sem o qual não teria sequer iniciado este Mestrado.

Resumo

Esta dissertação tem como objetivo a criação de um glossário multilíngue – português, inglês e espanhol – na área da olaria. Através deste glossário pretendemos criar uma ferramenta de trabalho para os técnicos dos museus, suprimir uma lacuna deste vocabulário tão específico e preservar uma linguagem em desuso.

O setor do turismo tem-se revelado um dos setores com maior potencial de desenvolvimento e aquele que, em tempos de crise, é um dos poucos com potencial para continuar a crescer.

Portugal deve aproveitar o seu potencial turístico para projetar a sua imagem e utilizar este setor da economia como alavanca para o crescimento económico. Contudo, é necessário continuar a apostar num turismo de qualidade e numa oferta adequada ao 'novo' turista dos nossos dias.

O 'novo' turista e a 'nova' museologia resultam, em parte, do processo de globalização a que temos assistido nas últimas décadas e representam uma resposta diferenciadora e alternativa às realidades pré-estabelecidas.

O 'novo' turista procura experiências diferentes e o contato com comunidades locais. Por outro lado, o museu deixou de ser encarado apenas como um espaço de conservação para interagir também com a comunidade local, mas também com o turista que quer vivenciar um património que lhe é alheio mas pode oferecer ligações transculturais. Neste sentido o museu deve munir-se de ferramentas que o ajudem nesse processo de comunicação.

A organização de informação, a disponibilização da mesma em diversas línguas e a preservação de uma linguagem que não se quer perder são algumas das vantagens da criação de um glossário multilíngue para um museu que pretende cativar novos públicos.

Palavras-chave: tradução técnica (museologia), turismo cultural, museologia, terminologia, glossário trilingue

Abstract

The main goal of this work is to create a multilingual glossary - Portuguese, English and Spanish – about pottery. Throughout this glossary we intend to create a work tool available for the Museum technicians, to eliminate a gap of such specific vocabulary and to preserve this kind of language.

Tourism has been one the sectors with the biggest growth potential and the one that within crisis that still has space to grow.

Portugal should take advantage of its tourism potential to project its image and use this sector of the economy to grow. However, we must continue to invest in quality tourism and on a supply prepared for the 'new' tourist of nowadays.

The 'new' tourist and the 'new' museology partly result of the increasing globalization process throughout the last decades and represent a distinctive and alternative answer to pre-established realities.

The 'new' tourist looks for different experiences and the contact with local communities. On the other hand, the museum is not only as a storage space, but it is also a place of interaction with the local community and with the tourist who wants to experience a heritage that is new to him but may offer transcultural links. So, the museum has to create tools to help it in this process of communication with public.

The creation of a multilingual glossary for a Museum that want to attract new audiences, will bring several advantages, such as the organization of information, its availability in different languages and the preservation of a specialized language that expresses a still vivid cultural heritage.

Keywords: technical translation (museology), cultural tourism, museology, terminology, trilingual glossary

Índice

Agradecimentos.....	iii
Resumo.....	v
Abstract	vii
Introdução	15
Capítulo I - Turismo.....	19
1. Turismo – conceito geral	19
2. Breve História do Turismo – evolução geral	21
3. Breve História do Turismo – Portugal	25
4. Turismo na Região Norte	29
Capítulo II - Turismo Cultural	33
1. Turismo Cultural – conceito e evolução geral.....	33
2. Turismo Cultural em Portugal.....	37
3. Turismo Cultural na Região Norte	42
Capítulo III – A Museologia	45
1. Museologia – evolução geral	45
2. Museologia em Portugal	52
3. A Museologia no Norte de Portugal.....	58
4. Nova Museologia e Turismo Cultural	60
Capítulo IV – O caso do Museu da Olaria	65
1. Património da Olaria	65
1.1. História.....	65
1.3. Narrativa: o caso de Rosa Ramalho.	75
2. Olaria e Identidade Portuguesa:	79
2.1. Turismo Nacional e Musealização	79
3. O Museu da Olaria e a Internacionalização do Turismo Cultural	83
4. Exemplo: «Olaria Norte de Portugal 2014» (PT – ING).....	89
Capítulo V – A Questão da Terminologia.....	95
1. O conceito de Terminologia.....	95
1.1. Terminologia: dimensão cognitiva e dimensão linguístico-comunicativo.....	96
2. Gestão terminológica	97
3. O terminólogo	97
3.1. Competências do terminólogo	98
4. Vantagens do uso de bases terminológicas	100

5. A ficha terminológica	108
5.2. Granularidade.....	110
5.3.Três níveis diferentes de informação na ficha terminológica: <i>concept level, index level e term level</i>	111
Capítulo VI – O Glossário Multilíngue.....	117
1. O trabalho terminológico	117
1.1.Pré-construção do glossário	118
2. A construção do glossário.....	120
3. Análise dos Resultados.....	131
Conclusão.....	161
Bibliografia	169
Anexo 1:.....	179
Apresentação do Museu: Localização, Instalações, Missão, Espaços e Acervo	179
Anexo 2:.....	183
Entrevista à Diretora do Museu de Olaria, Dra. Cláudia Milhazes	183
Anexo 3: Olaria Norte de Portugal 2014 (PT-EN).....	189

Índice de Tabelas

Tabela 1: Inquérito sobre o estado da indústria cerâmica, em 1913	70
Tabela 2: Relações homónimas e polissémicas	101
Tabela 3: Vocabulário específico necessário durante uma visita	102
Tabela 4: Exemplos de sinonímia	103
Tabela 5: ‘Figurado’, exemplo de equivalência conceptual	107
Tabela 6: Exemplo de ficha terminológica	112
Tabela 7: Exemplo de ficha terminológica orientada ao conceito	113
Tabela 8: Levantamento de alguns termos desconhecidos	133
Tabela 9: Levantamento de alguns termos usados no dia-a-dia	134
Tabela 10: Levantamento de termos polissémicos	136
Tabela 11: Exemplos de Empréstimo.	141
Tabela 12: Exemplos de Decalque	142
Tabela 13: Exemplos de Tradução Literal	143
Tabela 14: Exemplos de Transposição	144
Tabela 15: Exemplos de Adaptação	145
Tabela 16: Exemplos de Equivalência	146
Tabela 17: Exemplos de Omissão	147
Tabela 18: Exemplos de Transcrição	148
Tabela 19: Exemplos de Explicitação	148
Tabela 20: Exemplos de Empréstimo	150
Tabela 21: Exemplos de Decalque	151
Tabela 22: Exemplos de Tradução Literal	152
Tabela 23: Exemplos de Transposição	153

Tabela 24: Exemplos de Adaptação	153
Tabela 25: Exemplos de Equivalência	154
Tabela 26: Exemplos de Omissão	155
Tabela 27: Exemplos de Transcrição	156
Tabela 28: Exemplos de Explicitação	157

Índice de Figuras

Figura 1: Dados do Turismo em Portugal 2013	29
Figura 2: Oferta e Recursos Turísticos na Região Norte	32
Figura 3: Exemplos do uso de termos em português na tradução inglesa	90
Figura 4: Exemplos do uso de termo português em tradução inglesa com nota explicativa em inglês	91
Figura 5: Exemplos do uso de termo português em tradução inglesa	92
Figura 6: Exemplos de omissão da tradução do termo ‘	92
Figura 7: Organigrama do Museu	105
Figura 8: Cabeçalho do glossário	121
Figura 9: Criar uma base de dados	125
Figura 10: Criar um novo modelo	126
Figura 11: Atribuir um nome à base terminológica	126
Figura 12: Adicionar campos relacionados com as línguas da base terminológica	127
Figura 13: Adicionar campos descritivos	127
Figura 14: Definir a estrutura das fichas terminológicas	128
Figura 15: Adicionar termos	128
Figura 16: Inserir imagem	129
Figura 17: Inserção de sinónimos	130
Figura 18: Metodologia de trabalho na pré-tradução	139

Introdução

Por uma feliz coincidência, a escolha deste tema coincidiu com uma experiência no âmbito profissional. No âmbito das minhas funções como Técnica Superior de Turismo realizei várias visitas guiadas ao Centro Histórico de Barcelos e numa dessas visitas acompanhei um grupo de padres portugueses, espanhóis, brasileiros e de outros países da América Latina, que pretendiam conhecer também o Museu de Olaria. A visita neste espaço é da responsabilidade de um técnico do Museu, mas tenho por hábito acompanhar os grupos do início ao fim da visita à cidade. Este episódio aconteceu no início da Exposição *Olaria Norte de Portugal 2014* e apercebi-me que a exposição tinha apenas um folheto em inglês, mas não tinha nenhum documento de apoio aos objetos, nomeadamente, a sua função ou designação. A partir desse momento, passei a questionar-me se aquela seria uma prática comum noutras exposições. Com o passar do tempo apercebi-me de que havia falta de material multilingue no Museu e, como na altura já frequentava o Mestrado em Comunicação e Tradução Multilingue, pareceu-me que poderia ajudar na criação deste tipo de documentação multilingue.

Por outro lado, pude comprovar no dia-a-dia do Posto de Turismo que há um crescente número de turistas que visitam Barcelos e que estes querem saber mais sobre o património de artesanato que está por trás do ‘Galo de Barcelos’, imagem de marca do Turismo de Portugal.

O exemplo de Barcelos e do seu Museu de Olaria demonstra a necessidade de continuar a apostar num turismo de qualidade, bem como na internacionalização dos museus: a tradução desempenha um papel fulcral.

Abordaremos, ao longo deste trabalho, a relação entre o turismo e a museologia, a capacidade dos museus englobarem o seu território e respetiva comunidade, mas ao mesmo tempo como projetam a sua internacionalização.

Esta dissertação visa, então, uma abordagem teórica e metodológica das estratégias multilingues no âmbito do turismo cultural, escolhendo como caso de estudo o Museu de Olaria em Barcelos.

Com base na análise crítica deste percurso, faremos propostas de produção de textos adaptados à situação atual do museu que experimentou uma grande mudança em 2013, com novas instalações e com projetos de uma nova apresentação. O principal desafio será desenvolver conteúdos que tomam em consideração horizontes de conhecimentos e culturas de origem alheios ao discurso identitário português ou, mais especificamente, do Norte de Portugal. Procurar-se-á uma estratégia comunicativa intercultural face ao habitual fundamento de textos institucionais, marcadamente ligados às raízes do concelho, da região e do país.

Pretende-se assim realizar um estudo sobre a tradução dos textos originais em português e das respetivas traduções em inglês e espanhol, optando – conforme a nossa abordagem – na medida das estratégias comunicativas interculturais, pela transcrição (Balemans, 2010) e até pela produção de textos novos.

O objetivo principal desta tese será a elaboração de um glossário trilingue – português, inglês e espanhol - na área da olaria. Partimos com a informação de que não existe nenhum glossário com estas características, ou seja, não existe glossário de olaria que reúna as três línguas acima referidas.

A criação deste glossário, por sua vez, tem três objetivos muito específicos:

(i) Preservar um vocabulário muito característico da olaria, que abarca termos não só do concelho de Barcelos, mas também de outros centros oláricos;

(ii) Passar esse testemunho aos turistas estrangeiros, possibilitando-lhes uma visita mais completa, não superficial e enriquecedora;

(iii) Criar uma ferramenta de trabalho para os profissionais do Museu de Olaria, nomeadamente, aqueles que, diariamente, contactam com turistas estrangeiros.

Partindo de uma abordagem sucinta do Turismo num primeiro capítulo, focaremos o Turismo Cultural que requer uma funcionalização turística dos museus, surgindo neste âmbito uma nova museologia – aspetos tratados num segundo e terceiro capítulo. Entendemos que é no cruzamento do Turismo Cultural com uma Nova Museologia que surgem necessidades de tradução e de glossário multilingue, a partir do momento que ambos não se cingem a uma relevância local, regional e nacional. A abertura ao espaço internacional, nomeadamente europeu, não pode ser entendida como mera extensão, mas requer estratégias próprias, diferentes do local, regional e nacional. Devemos pensar numa configuração transcultural na qual procedimentos específicos de tradução têm um papel de relevo, interagindo com o rigor de uma terminologia específica multilingue.

O quarto capítulo faz um retrato do património olárico na região de Barcelos, no qual passamos pela sua história, produção e evolução ao longo dos séculos. Neste capítulo tentamos definir o percurso da olaria e do Galo de Barcelos e a forma como se tornaram uma referência nacional; o papel de Rosa Ramalho na projeção do Figurado ao nível nacional e internacional; de que forma o Museu de Olaria, vitrina desta tradição, acompanhou a internacionalização do Galo e de Rosa Ramalho. Para demonstrar a necessidade de uma abordagem da tradução tendo em conta o exposto nestes quatro capítulos, analisamos um documento disponível em português e inglês de uma exposição do Museu. A partir desta análise, identificamos igualmente alguns aspetos que poderiam ser melhorados com a criação do glossário multilingue, ferramenta que fundamenta a projeção internacional do museu a ser executada nos mais diversos canais e suportes de comunicação.

No seguimento desta análise surge o quinto capítulo no qual abordamos a terminologia, disciplina que também sustenta a criação do glossário. Aqui abordamos desde o conceito de Terminologia; importância da consistência terminológica; o papel do terminólogo e as suas competências; a modelagem de entradas terminológicas conforme

esta abordagem; o trabalho terminológico desenvolvido no âmbito deste projeto, bem como a construção do mesmo em simultâneo com a execução da tradução.

O sexto e último capítulo são dedicados à construção do glossário e ao processo de elaboração do mesmo: que ferramentas podemos utilizar, as ferramentas de domínio público e privado, as suas vantagens e desvantagens, o porquê da escolha do *Multiterm*, a necessidade da organização da informação, a construção passo-a-passo da ficha terminológica, os problemas que surgiram e as soluções encontradas. Analisamos também as principais dificuldades de tradução.

Terminámos com a apresentação das conclusões.

Capítulo I - Turismo

Neste capítulo procuraremos uma definição dos principais conceitos e a delimitação do objeto de estudo.

1. Turismo – conceito geral

Geralmente identificam-se quatro grandes finalidades do turismo: finalidade social, pois cria condições para a melhoria da qualidade de vida; finalidade económica, contribuindo para a solução de problemas económicos; finalidade territorial porque permite atenuar os desequilíbrios regionais; e finalidade patrimonial, contribuindo para a proteção e valorização do património cultural (Cunha, 1987: 20).

A definição que encontramos numa consulta ao sítio na internet da OMT (Organização Mundial de Turismo) é a seguinte:

Tourism is a social, cultural and economic phenomenon which entails the movement of people to countries or places outside their usual environment for personal or business / professional purposes. (...) and tourism has to do with their activities, some of which imply tourism expenditure.¹

Nesta definição, destaca-se o turismo enquanto um fenómeno social, cultural e económico. No entanto, ela implica duas perspetivas diferentes: a primeira, de quem acolhe o turista; a segunda, do próprio turista. Tendo presente as diferentes finalidades e perspetivas, optamos por uma abordagem histórica, cientes da própria historicidade dos conceitos teóricos, começando pela primeira definição que terá surgido em 1910, da autoria do economista austríaco Hermann von Schullern zu Schrattenhofen (1861-1931), claramente centrada no aspeto económico.² Outra definição mais tardia, já de 1942, feita

¹ O Turismo é um fenómeno social, cultural e económico que implica a deslocação de pessoas para países ou lugares fora do seu ambiente normal movidos por razões pessoais ou de negócios / profissionais (...) e o turismo está relacionado com as suas atividades, algumas delas implicando despesas turísticas. [tradução nossa]

² Segundo o qual o turismo é “o conjunto de todos os fenómenos, em primeiro lugar de ordem económica, que se produzem pela chegada, estada e partida de viajantes numa comuna, província ou num estado determinado” (Cunha, 2010a: 9).

pelos fundadores dos Estudos de Turismo nas universidades suíças de St. Gallen e Bern, Walter Hunziker e Kurt Krapf, definem o turismo como o “conjunto das relações e fenómenos produzidos pela deslocação e permanência de pessoas fora do seu local habitual de residência, desde que não levem à fixação ou sejam motivados por uma atividade remunerada”.³ Pelo contexto histórico dos anos 40 do século XX, entende-se a relevância da distinção do turismo de outros tipos de migração, por motivos políticos ou económicos. Licínio Cunha (2010a: 2) destaca a perspetiva de Mário Carlos Beni, que afirma que é, sobretudo, a partir dos anos 50, aquando do aparecimento do turismo moderno, que surge a necessidade da sua definição. Primeiro, segundo um ponto de vista técnico, estatístico e, depois, sob o ponto de vista conceptual para delimitar o seu âmbito e compreender o seu funcionamento.

Evidentemente, não pode ser um conceito estável. Conforme Licínio Cunha (2010a: 19) muitas das definições existentes do turismo revelam não só diversas ambiguidades mas também “limites inaceitáveis num domínio sujeito a mudanças e transformações constantes (...), no sentido da sua compreensão como fenómeno humano com incidências, simultaneamente, económicas, sociais, culturais, psicológicas, geográficas, ambientais e políticas”. Neste sentido, este autor apresenta uma nova definição:

(...) é o conjunto das actividades lícitas desenvolvidas por visitantes em razão das suas deslocações, as atracções e os meios que as originam, as facilidades criadas para satisfazer as suas necessidades e os fenómenos e relações resultantes de umas e de outras (Cunha, 2010a: 19).

Licínio Cunha defende esta definição como sendo mais completa, porque também abrange a dimensão das atracções, portanto as motivações do turista. Chris Ryan (2002:

³ No original alemão: “Inbegriff der Beziehungen und Erscheinungen, die sich aus der Reise und dem Aufenthalt Ortsfremder ergeben, sofern durch den Aufenthalt keine Niederlassung begründet und damit keine Erwerbstätigkeit verbunden wird.“ (Hunziker & Krapf, 1942: 21)
Sobre a história da terminologia nesta fase pioneira *vd.* Giuli Liebman Parrinello (2007).

35) destaca a perspectiva de Ragheb & Beard, que em 1983 classificaram quatro motivações diferentes que levam as pessoas a viajar: a motivação intelectual, social, de competição e de escape. A motivação intelectual leva as pessoas a quererem participar em atividades de lazer que permitam aprender, explorar, descobrir, pensar e imaginar; a motivação social porque as pessoas precisam de estabelecer relações interpessoais e criar novas amizades e para saberem que são estimados pelos outros; as pessoas também viajam motivadas pela competição e pelo desafio. Por último, temos o desejo de escape, evitando o contacto social, procurando a solidão, o descanso e a calma.

2. Breve História do Turismo – evolução geral

Sejam quais forem as causas que levaram o homem a viajar, o que podemos dizer, com certeza, é que a sua mobilidade é traço característico mesmo nas suas manifestações mais primitivas. Já nas pinturas rupestres se conseguem identificar provas da mobilidade humana (Vega, 1979: 50). O ser humano sempre se foi deslocando, ou (1) fazendo viagens, com uma ou outra finalidade, ou (2) migrando, na procura de melhores condições de vida, temporariamente ou habitualmente, de forma nómada. Contudo, é essencial manter a diferença entre “o conceito de viagem que implica apenas deslocamento, e o conceito de turismo, que implica também a existência de recursos, infraestrutura e superestrutura jurídico-administrativa” (Barretto, 2003: 43-44).

Conforme alguns autores como Margarita Barretto (2003: 44), podemos definir uma ‘proto-história do turismo’, até com base em resultados arqueológicos da civilização pré-histórica.⁴ Tradicionalmente, referem-se as viagens que se realizavam de quatro em quatro anos para assistir aos jogos olímpicos (entre outros), a partir do século VIII a.C., na Grécia (vd. Goeldner & Ritchie, 2003: 47-48); outros ainda defendem que os primeiros viajantes foram os fenícios, devido à invenção do comércio marítimo e,

⁴ Há 13 mil anos, os habitantes da caverna de Mas-d’Azil, nos Pirenéus franceses, viajavam, periodicamente, até à costa e voltavam (*apud* Barretto, 2003: 44).

consequentemente, da moeda (McIntosh, 1972: 9). De qualquer forma, estes antecedentes remotos não podem ser comparados ao que hoje se entende por turismo (Barretto, 2003: 44).

Se recuarmos no tempo até ao Império Romano verificamos que já naquela altura as famílias romanas abastadas passavam longas temporadas nas vilas que rodeavam a Roma imperial: “Os romanos teriam sido os primeiros a viajar por prazer” (*Idem*, 45). Por outro lado, o Império Romano foi determinante para a mobilidade dos povos através das estradas que foram construídas, o que foi fundamental para que houvesse maior mobilidade, não só militar, entre o século II a.C. e o século II d.C. (Vega, 1979: 52).

Entre os séculos II e III verificou-se um grande aumento de peregrinações a Jerusalém, à igreja do Santo Sepulcro. Por volta do século V, devido às invasões dos ‘povos bárbaros’, viveram-se séculos de lutas onde “nada foi registado sobre viagens, a não ser os deslocamentos dos próprios invasores, mas sabe-se, por exemplo, que havia festas da primavera, e da colheita, (...)” (Barretto, 2003: 45). A partir do século VI, registaram-se bastantes peregrinações a Roma e no século IX, quando é descoberto o túmulo de Santiago em Compostela, regista-se um grande aumento de peregrinações que “eram feitas por terra e por mar” (*Idem*, 46). As peregrinações a Santiago tornaram-se tão importantes que, em 1140, “o peregrino Aymeric Picaud escreveu cinco volumes com as histórias do apóstolo Santiago e com um roteiro de viagem indicando como se chega até lá a partir da França. Diz-se que este foi o primeiro guia turístico impresso (Barretto, 2003: 46), prefigurando o que atualmente é designado por *route-based Tourism* (Murray & Graham, 1997: 513). Voltaremos a este tema.

A partir do século XVI, aumentam as viagens particulares não oficiais, realizadas por jovens acompanhados pelos seus professores particulares. Estas viagens, chamadas *tours*, eram feitas, principalmente, por jovens de classe média-alta, que para se tornarem membros da sociedade culta, viajavam para conhecerem as cidades, as ruínas, as igrejas,

os palácios ou as coleções de arte (vd. Barretto, 2003: 47). Normalmente, a *Grand Tour* apresentava um itinerário comum:

As early as 1678, Jean Gailhard, in his *Compleat Gentleman*, had prescribed a three-year tour as customary. A generally accepted itinerary was also laid down, which involved a long stay in France, especially in Paris, about a year in Italy visiting Genoa, Milan, Florence, Rome, and Venice, and then a return by way of Germany and the Lower Countries via Switzerland. (Goeldner & Ritchie, 2003:52)

Podemos considerar a *Grand Tour* não só uma fase crucial na génese do turismo (Towner, 1985), mas também um modelo primordial de *Turismo cultural* (vd. cap. II). A agilização do serviço postal através de diligências constituiu também um momento decisivo para o maior desenvolvimento da mobilidade individual. Em 1784, John Palmer deu início ao “transporte rápido de correspondência e, juntamente, com as cartas começou a transportar passageiros” (Barretto, 2003: 50).

Em finais do século XVIII e durante o século XIX, com a deterioração da qualidade de vida nos grandes centros urbanos, começou a registar-se uma nova motivação que corresponde ao Romantismo: “o prazer do descanso e da contemplação das paisagens da montanha” (*Idem*, 51). É nesta época, com (1) a nova visão da natureza e da cultura como algo a ser preservado e disfrutado, e com (2) a Revolução Industrial e desenvolvimento tecnológico, nomeadamente, a era ferroviária para transporte não só de carga, mas de passageiros (1830: Liverpool – Manchester), que se inicia o chamado *turismo moderno*. Esta génese é intimamente ligada ao famoso agente de viagens Thomas Cook:

As inovações de Cook marcam a entrada do turismo na era industrial, no aspeto comercial. No social, promoveu um significativo avanço, pois seu sistema permitiu que as viagens ficassem mais acessíveis para os chamados segmentos médios da população (Barretto, 2003: 52).

Em 1841, Thomas Cook conseguiu juntar 570 pessoas, comprou e revendeu os bilhetes, realizando assim a primeira viagem agenciada. Passados cinco anos, organizou uma viagem similar de Londres a Glasgow com 800 pessoas, recorrendo a serviços de guias turísticos, o que marca o início do turismo coletivo, tipicamente, conhecido como ‘excursão organizada’ e atualmente de *all inclusive tour* (*Idem*, 51). Em 1865, Cook começou a editar um tipo de guia denominado *Cook’s Excursionist and International Tourist Advertiser*, ficando conhecido pelas suas inúmeras inovações, já no contexto de toda uma nova literatura em torno do tema “how and where to go” (Steward, 2005).

Caminha-se, rapidamente, para a massificação do turismo (e a sua respetiva crítica de quem não quer ser confundido com o ‘turista’) – fenómeno relacionado com a diminuição do tempo de trabalho e o direito ao repouso semanal pelo que o conceito de *lazer* surge como uma nova noção das sociedades de bem-estar, deixando de ser privilégio da classe alta (Chorão, 1983: 1349).

Depois da interrupção imposta pela Segunda Guerra Mundial, o turismo ficou ao alcance de grande parte da população nos países desenvolvidos. Quando a Europa se refez dos estragos causados pela guerra, o ciclo de ações e reações criou condições para se assistir ao *boom* contemporâneo que este setor registou (Vega, 1979: 61). O turismo transforma-se num fenómeno da sociedade de massas do mundo ocidental, influenciando hábitos socioculturais e começando a alcançar uma dimensão económica sem precedentes. O acesso à informação, à televisão e à *internet*, o aumento da esperança média de vida, o maior acesso à educação, um maior rendimento disponível, uma maior experiência em viagens e uma melhor mobilidade fez com que o turista-consumidor se tornasse mais exigente. Com isto, surge uma segmentação do mercado em diferentes tipos de turismo em detrimento de uma oferta centrada em Sol & Mar. Naturalmente, Portugal não podia ficar alheio a este desenvolvimento.

3. Breve História do Turismo – Portugal

Após a fase fulcral para o desenvolvimento do turismo, protagonizada pela iniciativa de Thomas Cook e sua dinâmica posterior, o século XX é identificado, unanimemente, como o século do turismo. Em Portugal, verifica-se algum atraso, porque foi só a partir dos anos 60 que o turismo moderno se desenvolveu.

Contudo, podemos mencionar alguns precursores que remontam à Idade Média, como o Caminho Português de Santiago que é uma rota percorrida por milhares de peregrinos desde o séc. IX, um fenómeno que é recuperado, nos dias de hoje, no âmbito de um *route-based tourism* de alcance internacional.

Devemos distinguir entre Portugal (1) como destino turístico e (2) como país de origem de turistas que viajam dentro e fora de Portugal. Em ambas as categorias podemos destacar a época romântica como fase embrião. Naquela altura apenas uma pequena parte da população podia viajar e quem viajava, fazia-o para se cultivar intelectualmente e não meramente por prazer. Contudo, rapidamente surgem as primeiras viagens de recreio (Costa, 2005: 281).

Sendo destino da aristocracia europeia, Portugal passa a ter a mais antiga unidade hoteleira da Península: em atividade desde 1780, o Hotel Lawrence ganhou notoriedade, sobretudo, depois de Lord Byron se ter hospedado ali em 1809. Por este hotel passaram importantes figuras da elite da segunda metade do século XIX. Sintra, uma estância real, era excelente para doentes convalescentes em doenças pulmonares, etc.

À semelhança do que se passava na Europa daquela época, instala-se em Portugal a moda do veraneio, atribuindo-se ao ar marítimo e aos banhos os melhores efeitos curativos. Desenvolvem-se espaços termais, nomeadamente, as termas do Estoril (Cunha, 2010b: 144). O primeiro hotel de Lisboa, o Hotel Bragança, é inaugurado em 1840. Desde a segunda metade do século XIX, um dos grandes problemas do setor hoteleiro, em plena

expansão⁵, residia na falta de qualidade. Várias foram as medidas adotadas no sentido de contrariar esta situação, como a concessão de benefícios às empresas que construíssem unidades hoteleiras de raiz, mas nenhuma medida teve grande impacto. Só, mais tarde, em 1954, se criou o estatuto de ‘utilidade pública’, através do qual se começaram a conceder benefícios fiscais muito semelhantes aos que já tinham sido propostos no início do século, que tiveram realmente impacto na tão desejada modernização. Contudo, foram necessários 50 anos para a iniciativa privada reagir (*Idem*, 143-144).

Já durante o séc. XX, o turismo, na lógica de Portugal como país de destino, conheceu maior expansão e se transformou numa atividade com algum peso económico, capaz de proporcionar uma dinâmica regional particularmente atrativa (*Ibidem*). A história do Turismo português do século XX pode ser definida, conforme Licínio Cunha (2001: 88), em quatro etapas, representadas de forma antropomorfa: *Infância* (1900-1949), *Adolescência* (1950-1963), *Maioridade* (1964-1974) e, finalmente, *Maturidade*, iniciada com a viragem política do 25 de Abril.

O começo do primeiro período, o mais extenso, está marcado pela passagem do regime monárquico para o republicano que possibilita uma política nacional de turismo⁶, focada na criação de condições para o país se desenvolver como destino turístico.⁷ Uma fase de ‘infância’ muito prolongada de meio século, abrangendo o tempo das duas Guerras Mundiais que significam crises na evolução do turismo, sobreposto por outro tipo de deslocamentos em massa que (também) dizem respeito a Portugal, seja como país de destino (exilados, refugiados) seja como país de origem (exilados, migrantes por motivos

⁵ Em 1928, existiam só no Porto 21 hotéis (Cunha, 2010b: 143).

⁶ Inauguração do primeiro organismo oficial de Turismo, o Conselho de Turismo, logo interligado com o seu reconhecimento internacional: em 1911, Lisboa foi anfitriã do IV Congresso Internacional de Turismo, que contou com 1500 participantes (Milheiro & Santos; 2005: 119).

⁷ Edição da *Revista do Turismo*, bem como de folhetos promocionais e do *Guia do viajante de Portugal e suas colónias*; lançamento do plano de aproveitamento turístico do Estoril, primeiro grande centro internacional do país, bem como do programa de construção de pousadas que constituem uma imagem de marca do turismo português. A primeira surgiu em Elvas (Cunha, 2001: 89).

económicos).⁸ No entanto, estas crises contribuem também para uma crescente internacionalização do turismo, em tempos de paz e de prosperidade económica, por exemplo, no segmento do chamado ‘turismo da saúde’ (Cunha, 2001: 88-96).

O turismo português passou por várias fases de desenvolvimento, muitas vezes influenciado pela conjuntura europeia e mundial, mas a um ritmo diferente do turismo europeu, devido às várias crises que sucederam em Portugal, sobretudo, as dificuldades económicas dos anos 50 e 60, e que repercutem na definição de *Adolescência* após uma longa fase de *Infância*, conforme o modelo de Licínio Cunha (2001).

A partir de 1974, o turismo, nomeadamente na categoria Portugal como país de destino, passou a ser encarado como um setor de economia nacional importante, identificado como início de *Maturidade*. Entre 1980 a 1992, Portugal registou, a nível europeu, as mais elevadas taxas de crescimento, tendo ultrapassado a fasquia dos 10 milhões de turistas. Simultaneamente a esta evolução, em concreto entre 1979 e 1986 (entrada de Portugal na CEE), foram criadas 13 regiões de Turismo com o objetivo de diversificar a oferta, uma vez que a promoção do turismo internacional até aqui se fazia focada na tríade Lisboa – Algarve – Madeira, dando destaque aos dois perfis ‘Turismo urbano’ e ‘Sol & Mar’ (*Ibidem*).

A maior promoção do país a nível internacional e a sua diversificação regional coincidiram com a dinamização do turismo nacional, nomeadamente, através das campanhas *Vá para fora cá dentro*, iniciadas em 1985. No entanto, alguns estudiosos continuam a defender que a oferta turística nacional ainda se centra no setor privado, dividida em pequenas empresas geridos numa lógica familiar, sem formação adequada, sem *know how*, nem nenhuma estratégia definida de cooperação, nem organização institucional (Milheiro & Santos, 2005: 125).

⁸ A revolução de 1974 provoca transformações económicas, sociais e políticas ocasionando o afluxo de grandes massas de desalojados das ex-colónias que passam a ocupar os alojamentos hoteleiros. As receitas externas que, em 1973, haviam ultrapassado os 13,5 milhões de contos baixaram para 9,2 milhões (*Idem*, 96).

Coincidindo com as evoluções acima referidas, é também só a partir da década dos anos 80 que se verifica uma maior consideração do Turismo cultural, que deve ser entendido no âmbito de uma tendência geral de *soft tourism*, indo além dos conceitos tradicionalmente explorados de turismo massificado centrado nos segmentos Sol & Mar (Algarve, Madeira) e Grandes Cidades (Lisboa e Porto). Para os nossos objetivos, o referido modelo antropomorfo de Licínio Cunha (2001), virado para a génese de condições de infraestrutura e logística do país para acolher viajantes (por exemplo, aeroportos) e de políticas de Turismo, ao nível nacional, é de menor utilidade: interessa-nos focar mais a diferenciação entre turismo nacional e internacional e respetivos processos de interação, bem como uma abordagem centrada na Região Norte, contexto turístico mais específico no qual se insere Barcelos e o Museu de Olaria.

Quanto ao turismo em Portugal, podemos concluir que se tem revelado um dos setores com maior potencial de desenvolvimento e aquele que em tempos de crise será um dos poucos com potencial para continuar a crescer. Portugal pode aproveitar o seu potencial turístico para projetar a sua imagem e utilizar este setor como alavanca para o crescimento económico. Em Portugal, o Turismo contribui com cerca de 10% para o PIB, com 46% das exportações de serviços e mais de 14% das exportações totais (Gonçalves; 2014: 1). É um setor também estratégico para o emprego, não só por representar cerca de 8% da população empregada, mas também pela diversidade e natureza das suas atividades, a reconversão e requalificação de profissionais migrantes de outros setores (*Ibidem*). Sintetizando, passamos a reproduzir um gráfico retirado do mais recente *Plano de Ação para o Desenvolvimento do Turismo em Portugal 2014-2020*:



Figura 1: Dados do Turismo em Portugal 2013
Fonte: Turismo de Portugal (2014: 39)

Os números são reveladores e é inegável o impacto positivo do turismo na economia portuguesa, com tendência de crescente afirmação no seio de Europa.⁹ Quando bem planeada, a atividade turística pode transformar-se num importante processo de expansão da economia de um país e, o que mais interessa no âmbito deste trabalho, num “Fator de desenvolvimento regional”.

4. Turismo na Região Norte

Em termos históricos, Barcelos e a olaria como prática cultural característica do Norte de Portugal entram na política do turismo nacional a partir do momento em que o chamado ‘Galo de Barcelos’ é escolhido como símbolo turístico de Portugal: assumir o Galo de Barcelos como signo de identidade de Portugal no âmbito da promoção turística significa o assumir de uma dimensão cultural do turismo (folclore) que até então só foi assumida no âmbito de um discurso de identidade nacional, portanto, autorreferencial. Abordaremos esta génese em pormenor, posteriormente (capítulo IV). O que interessa neste momento é a sua relevância numa abordagem evolutiva quando emergem novos padrões de consumo e motivações, privilegiando destinos que ofereçam experiências

⁹ *Vd.* os dados aqui referidos em comparação com o estudo de Paulo Batista (1999) relativamente ao ano de 1997.

diversificadas e com elevado grau de autenticidade e qualidade ambiental: Cultura, Património, Natureza, Gastronomia, Desporto... (Turismo de Portugal, 2014: 59).

Observa-se uma afirmação da Região Norte como destino turístico, a nível nacional e internacional, na transição para o séc. XXI e na sua primeira década, marcada por uma instabilidade política e económica que afetou transversalmente vários setores económicos, inclusivamente, o turismo. Apesar disso, realizaram-se eventos de destaque, nomeadamente Porto como Capital Europeia da Cultura e o Euro 2004, com participação de outras cidades do Norte, Braga e Guimarães, esta última por sua vez Capital Europeia da Cultura em 2012. A cidade do Porto tem dado provas que é um destino de eleição, como podemos constatar pela atribuição de *Melhor Destino Europeu*¹⁰, nos anos de 2012 e 2014 (em 2010: atribuição a Lisboa).

A Região Norte é uma região extremamente rica e diversa em património material e imaterial, desde Património edificado Mundial, como o caso dos centros históricos do Porto e de Guimarães até à tradição vinhateira no Douro, sendo esta região a mais antiga região demarcada do mundo e inserida no Parque Natural do Douro Internacional; possui a marca ‘vinho do Porto’ com projeção internacional. Acrescenta-se a tradição de vinhos verdes, uma das maiores regiões demarcadas da Europa. O rio Douro e as suas paisagens propiciam o desenvolvimento do enoturismo e dos cruzeiros. Parques naturais, como o Parque Nacional Peneda Gerês ou o Parque Natural do Montesinho atraem os amantes da natureza (*Idem*, 52). A aposta em pacotes turísticos diversificados e compostos por vários produtos, que proponham ao turista uma experiência diferente, representam uma mais-valia para toda a região, uma vez que, por si só, estes produtos, isoladamente, não conseguem atrair o turista.

Neste sentido, o Norte de Portugal pode explorar as várias vertentes que o turismo pode oferecer, seja a vertente territorial, seja a social e económica. Nomeadamente, no

¹⁰ *European Best Destination*, título atribuído pela *European Consumers Choice*.

Interior da Região Norte, o “combate às dificuldades, ao despovoamento e ao fraco desenvolvimento económico passará pela valorização dos (...) produtos turísticos e na mobilização de capacidades de desenvolvimento endógeno integrado” (Castro & Correia, 2010: 2703). Contudo, ainda se observa demasiada concentração em determinados atrativos e motivações: ao nível nacional, continua a apostar-se, fundamentalmente, nas motivações que estão na origem da procura (1) Sol & Mar, centrado no Algarve devido às condições menos amenas no resto do litoral atlântico, apenas mais explorado no segmento específico do *surf*¹¹, e (2) Turismo urbano: Lisboa e Porto. Um dos desafios mais prementes é o da diversificação, nomeadamente das sub-regiões que não possuem um perfil competitivo para estes dois segmentos.

Será que Portugal e, mais concretamente a Região Norte, terá capacidade para abraçar este desafio? De acordo com o Plano Estratégico Nacional de Turismo (PENT, 2007) e do Plano Regional de Ordenamento do Território do Norte (PROT, 2009), o Norte de Portugal deverá ser uma das regiões de maior crescimento turístico no país, com especial destaque em quatro destinos turísticos: Minho, Porto, Douro e Trás-os-Montes.

Quais são os segmentos com maior potencial diferenciador? Os estudos encomendados nos últimos anos referem, invariavelmente, os seguintes aspetos: vasto e rico património histórico-cultural, cultura popular manifestada na boa hospitalidade, artesanato e eventos de carácter tradicional. O mais recente “Plano de Ação para o Desenvolvimento do Turismo em Portugal 2014-2020” insiste no mesmo leque, sintetizando “elementos diferenciadores e qualificadores” da Região Norte:

¹¹ Na última década, o *surf* passou de turismo de nicho a um segmento forte, muito explorado também a Norte de Portugal, tirando proveito do vento que se faz sentir à beira-mar. Seguindo o modelo de turismo de rota, realiza-se *O Circuito Surf do Norte*, que teve a sua primeira edição em 2009, com o objetivo de divulgar esta modalidade a Norte de Portugal (Circuito Surf do Norte, 2015: s.p).



Figura 2: Oferta e Recursos Turísticos na Região Norte
Fonte: Turismo de Portugal (2014: 43)

Os dois elementos diferenciadores “História, Cultura e Tradição”, bem como a “Diversidade Concentrada” confirmam a relevância dos aspetos que fomos referindo ao longo deste capítulo. Eles indicam que a Região Norte de Portugal deve desenvolver o seu potencial diferenciador para os amantes da natureza (não necessariamente Sol & Mar) e da cultura, portanto para os chamados ‘novos turistas’. No âmbito do Turismo Cultural, o artesanato – entre tradição (ainda) viva ou redirecionada para o turista – e a sua conservação museológica adquire maior relevância: no caso da promoção turística de Barcelos, a olaria – através do Galo de Barcelos elevada à identidade nacional – e a sua transformação museológica no Museu de Olaria.

Capítulo II - Turismo Cultural

1. Turismo Cultural – conceito e evolução geral

Ao longo do século XX, os organismos internacionais reconheceram a importância do setor do turismo e da necessidade de definir conceitos básicos. Já referimos (no capítulo I.1) que desde essa altura vários autores se têm debruçado sobre esta questão. Nomeadamente, o pico do paradigma do turismo massificado nos anos 80 do século XX coincide com a maior consideração de aspetos sociológicos do turismo, em ambas as perspetivas: de quem acolhe e de quem se desloca. Ao lado do turista que só procura descanso e diversão em moldes parecidos à sua cultura de origem, surge outro turista que se define como alguém que se desloca para satisfazer a sua curiosidade, para conhecer novas culturas.

Boniface (1995:17) apelida-o de “novo turista”, que escolhe novos destinos turísticos, não agindo de forma tradicional. Este turista preocupa-se com as questões ambientais, é sensível às culturas locais, prefere itinerários flexíveis e espontâneos, procura experiências desafiantes, autênticas e com significado e é motivado pela aprendizagem e autorrealização (Lima & Partidário, 2002: 10). Há uma mudança de paradigma que começou a sentir-se a partir do momento em que o turista deixa de ser encarado menos como ‘objeto’ do agente turístico, e mais como ‘sujeito’ de uma experiência não massificada. Neste sentido, os agentes turísticos precisam de desenvolver outro tipo de comunicação com o turista porque este deixou de procurar simplesmente destinos e não se deixa levar por pacotes já pré-definidos, mas passa a ser aquele que procura o prazer até na planificação e organização da sua viagem, facilitadas pelos recursos disponíveis na *internet*.¹² Esta deixa de ser uma simples viagem a um local preparado para acolher o turista num ambiente que lhe é familiar, mas sim uma

¹² Sem esquecer o turista que improvisa e não planeia perante a oferta crescente de transportes *low-cost* e a maior flexibilidade na definição das viagens, adotando uma postura de ‘esperar e ver’ e fazer compras ‘à última hora’, sem deixar de procurar e obter experiências de qualidade, escolhendo o local não só pelo descanso e fuga à rotina, mas também como local de aprendizagem.

experiência nova, muitas vezes em ambientes totalmente diferentes do seu dia-a-dia. Isto resulta do facto de o turista dos nossos dias ser cada vez mais um indivíduo consciente, culto, ativo física e intelectualmente, em detrimento do turista de massas.

Este novo conceito resulta em parte do surgimento de uma nova perspetiva que se pretende transversal aos diferentes tipos de turismo: o turismo sustentável, responsável e o *soft tourism*. Estes conceitos estão relacionados com a utilização sustentada dos recursos para que as gerações futuras possam usufruir deles nas mesmas condições em que as encontramos. O turista assume uma dupla responsabilidade: de usufruto, mas também de preservação. Vários estudiosos, bem como diferentes instituições apelidam-no de consumidor “verde”, com maior sensibilidade para as questões ambientais e para as culturas locais.¹³

Podemos considerar o Turismo Cultural como uma vertente do *soft tourism* / turismo sustentável que retoma, em certa medida, tanto tradições de turismo religioso (secularizado) como da *Grand Tour* que tratámos na abordagem histórica.¹⁴ Já a partir dos anos 60 do século XX, verificou-se a existência de um crescente grupo de turistas “mais educados, refinados e conscientes, à procura de informações e experiências novas”, muito diferente dos tradicionais turistas de Sol & Mar (Goodey & Murta, 2002: 135). Tradicionalmente, a primeira imagem que se tem de um turista cultural é a de uma pessoa triste e séria, que passa as suas férias a olhar quadros, esculturas, monumentos, ruínas e escuta música clássica. Contudo, não podemos generalizar (Barré; 1995: 15). Em termos sociológicos é um indivíduo com salário acima da média proveniente da classe média alta. Ele viaja porque quer estar em contacto com outras culturas, mas, na verdade, também em busca do divertimento.

¹³ “O consumidor ‘verde’, com maior sensibilidade para as questões ambientais e para as culturas locais, consciente das questões de justiça social, mais independente, mais informado e ciente das suas decisões, prefere itinerários flexíveis, avalia os produtos turísticos previamente, procura experiências com autenticidade e é motivado para a aprendizagem e autorrealização.” (CCDRN, 2014: 112)

¹⁴ Alguns autores defendem que este tipo de turismo terá tido início durante o século XVII com o *Grand Tour* (Costa, 2005: 280).

O turismo cultural pode ser encarado como movimento de pessoas motivadas por razões essencialmente culturais ou viagens de estudo, digressões artísticas, viagens culturais, deslocações efetuadas para assistir a festivais e manifestações culturais, visitas a sítios e monumentos históricos, viagens que têm por objeto a descoberta da natureza, o estudo do folclore ou da arte e as peregrinações (OMT, s/d *apud* Baptista, 1997: 40-41). Portanto, a motivação não se resume ao património cultural construído, mas abrange também a gastronomia, o folclore, os costumes, o artesanato, entre outros. Conforme Greg Richards (2011), verificou-se uma mudança radical da imagem tradicional para um conceito muito mais abrangente, com diversas subcategorias. Neste sentido, o turista cultural quer uma experiência excitante, mas também memorável para poder partilhar com os amigos e família. Também são necessários programas que lhe permitam perceber o que está a experimentar (Kolb, 2005: 196).

Segundo esta perspetiva, o turismo tem-se revelado também como um setor que contribui para a preservação e reabilitação do património material e imaterial. Chega-se assim à definição de Turismo cultural:

O turismo cultural, em cidades históricas, pode ser um meio para revalorizar, afirmar ou recuperar os elementos culturais e históricos que caracterizam e identificam cada sociedade perante um mundo globalizado. O turismo cultural também pode contribuir para gerar uma tomada de consciência em relação à preservação do património, tanto tangível como intangível de uma cidade ou vila histórica. (Marujo / Serra / Borges, 2013: 8).

O desenvolvimento do Turismo cultural conduziu a uma adaptação de diversas cidades com matrizes históricas, como veremos no caso de Portugal.

A globalização e o consumismo alteraram os hábitos das pessoas que viajam e, estes dois conceitos passaram a ser encarados como destruidores da cultura, responsáveis por impactos ambientais e sociais. No entanto, o consumo turístico não tem de ser necessariamente destrutivo, porque o seu aumento também impulsionou a preocupação

com a conservação e a preservação cultural, revitalizou o valor da ‘autenticidade’ e das tradições culturais, promoveu o interesse cultural e fez emergir novos valores (Reisinger, 2009: 21). Com a homogeneização das culturas, as diferenças culturais tornaram-se mais importantes e, em consequência, a procura do ‘diferente’ como motivação turística aumentou. Por outro lado, os lugares distinguidos pela ‘autenticidade’ reagem ao turismo com uma reprodução serial da cultura (Santos, 2014), por exemplo no folclore e no artesanato, que pode chegar até uma espécie de “McDonaldized Culture” (Münch, 1999).

Todavia, nestas definições abrangentes de *turismo cultural* existe o risco de ampliar o conceito de turismo para atividades locais ou regionais. A categoria de distância é relativa, bem como do património construído porque não pode ser entendida somente na sua dimensão física, mas dependendo da existência de fronteiras que separam a identidade própria da alheia (fronteiras nacionais). Pensando nestas fronteiras o turismo cultural não se pode cingir a uma estratégia de folclore e autenticidade da afirmação de uma identidade que rapidamente se esgota em reprodução serial e comunicação de chavões. Devem-se procurar interligações transculturais que possibilitam a apropriação do diferente e do alheio, levando o turista a reconhecer na sua vivência por exemplo experiências esquecidas da infância. É necessário cativar este *novo turista*, mais consciente, mais exigente e mais ativo, que não quer saber apenas como se faz, mas quer ser ele a fazer, quer vindimar, fazer uma peça de barro, ordenhar. O turista cultural no sentido mais abrangente quer vivenciar e experimentar o que acredita ser algo ‘real’ e ‘autêntico’ na cultura local ou regional, de uma forma mais profunda. Parece oportuna a discussão da autenticidade, alocada ao turismo cultural, na sua interação com a reprodução serial da cultura, tanto mais que nele convergem as indústrias culturais e criativas.

A abordagem transcultural implica a definição de estratégias diferentes, ou seja, preparação de materiais de divulgação diferentes. A forma como o museu se comunica,

bem como as atividades que desenvolve devem considerar possibilidades de identificação transcultural em vez de se esgotar na afirmação da identidade como alheia ao turista internacional. Ao nível da comunicação, esta estratégia requer um esforço de transcrição (Balemans, 2010). Esta é a questão-chave que irá ser analisada no caso do Museu de Olaria.

De acordo com os dados do mercado das viagens de *Touring* na Europa há um grande potencial de crescimento, em consequência de vários fatores que propiciam um cenário favorável para este tipo de viagens. Entre estes, o Turismo de Portugal (2006: 13) destaca: (1) a configuração e consolidação de um espaço territorial e económico europeu comum, com uma moeda única e a eliminação de barreiras burocráticas para a circulação de pessoas no âmbito da União Europeia (UE); (2) a incorporação de novos países na UE, com todo o seu património natural, histórico e cultural, que é a base para as viagens de *Touring*, nomeadamente, os países de leste; (3) progressos nas condições de transporte quer de infraestruturas, quer de serviços; (4) alteração dos hábitos de consumo turístico, como já referimos anteriormente, com uma crescente procura de experiências mais completas e mais ativas.

Consequentemente, podemos afirmar que o mercado das viagens de Turismo cultural continuará a crescer, não só do ponto de vista da procura primária, cuja motivação principal é a realização de *tour* ou circuitos, bem como numa perspetiva da procura secundária.

2. Turismo Cultural em Portugal

Segundo os dados do Turismo de Portugal (2006: 9), o Turismo Cultural está em crescimento. Prova disso, são as estimativas de profissionais do setor turístico, que apontavam, já em 2006, para o crescimento do mercado de viagens de *Touring*, entre 5% e 7% por ano. Os resultados do inquérito do *European Travel Monitor* também confirmam

esta estimativa, pois entre os anos 1997 e 2004, as viagens internacionais de *Touring* dos europeus cresceram 7,9%. Será importante analisarmos um pouco a evolução do turismo cultural e compreender a razão pela qual foi considerado, aquando da elaboração do Plano Estratégico Nacional de Turismo, um dos dez produtos estratégicos.

Portugal possui uma posição estratégica, sendo um país Europeu e, portanto, faz parte da principal região emissora e recetora de viagens de *touring*. Por outro lado, recebe um elevado volume de turistas de sol e praia, golfe, reuniões, entre outras, aos quais Portugal pode ‘oferecer’ o Turismo cultural como opção secundária, tal como já foi referido anteriormente. Temos a vantagem de sermos um país pequeno, por isso, está-se relativamente perto de tudo. Tal situação é notória no Norte de Portugal com o Aeroporto Sá Carneiro que representa o maior meio de transporte da Europa para esta região (*Idem*, 17).

Por outro lado, o Turismo Cultural pode ser usado como uma estratégia para fazer face à sazonalidade do setor turístico.

Portugal possui, em cerca de 92.000m², para além de boas condições de comodidade e segurança, um potencial competitivo cultural muito grande, que vai desde património edificado (monumentos, centros históricos) e património imaterial, como tradições, gastronomia, vinhos, museus, artes criativas, áreas naturais e paisagens culturais. Este fator contribui para reduzir incómodos e inseguranças ao turista, permitindo-lhe otimizar o seu tempo de lazer (*Idem*, 17-18).

“No caso português a construção de rotas pode aliar o território, o Turismo e a cultura sempre procurando novas configurações” (Cravidão, 2011: 40).

Várias cidades portuguesas apropriaram-se do seu património, transformando-o num produto turístico. O património, no caso português, à semelhança do que aconteceu no mundo, constitui um recurso essencial para o desenvolvimento do turismo, por duas razões: (1) proporciona a criação e desenvolvimento de itinerários turísticos e (2) valoriza

e revivifica ofertas pré-existentes. Neste caso, o turismo assumiu o papel de reabilitação e de preservação do património (Marujo / Serra / Borges, 2013: 1).

Um dos maiores exemplos desta realidade é Évora, uma cidade histórica que apresenta distintas particularidades na área do turismo cultural. O Centro Histórico desta cidade alentejana engloba o património cultural material e imaterial e funciona como um cartão de identidade para atrair turistas e visitantes. A classificação de Évora pela UNESCO, em 1986, como ‘Património Mundial’ estimulou não só a preservação do património, mas também a promoção turística de uma cidade localizada numa região interior (*Idem*, 2). Évora tornou-se um espaço de visita de milhares de turistas que procuram encontrar a cidade na essência da sua história e das suas gentes. O elevado valor patrimonial tem contribuído para que o turismo desempenhe um papel fundamental na preservação do seu património, mas também um enorme contributo para o fomento da economia local (*Ibidem*).

Outras cidades portuguesas têm colhido dividendos do Turismo cultural e aproveitado as mais-valias deste setor, quer para a recuperação das suas cidades, mas também investindo em infraestruturas para captar mais turistas, nomeadamente, Braga, Guimarães, Aveiro, Coimbra, que começam a destacar-se no panorama nacional. Estas cidades têm estado atentas à alteração das motivações do turista.

Mas estas condições serão suficientes para Portugal competir no setor do turismo de *touring*?

É necessário distinguir os requisitos básicos, que permitem a um país estar presente no mercado e, assim, conseguir competir com outros destinos: dispor de riqueza e variedade de atrativos naturais e culturais, com o apoio de uma promoção eficaz. Contudo, não é suficiente ter, é necessário também saber promover.

Esta é, precisamente, a razão pela qual o *touring* é um dos sectores onde existe um maior número de concorrentes presentes no mercado, pois cada país, região ou cidade, considera que é suficiente dispor de certo número de

atrações e promovê-las para atrair visitantes (Turismo de Portugal, 2006: 18).

Neste sentido, e de acordo com a opinião de peritos consultados no processo de elaboração do estudo realizado pelo Turismo de Portugal, os fatores-chave para competir com êxito no setor do Turismo cultural são os seguintes: (1) ampla oferta de rotas e circuitos, quer de conteúdo geral, quer de conteúdo temático; (2) boas vias de comunicação principais e secundárias; (3) ampla rede de áreas de descanso e serviços básicos como estações de serviço, oficinas, assistência na estrada, etc; (4) um bom e eficaz sistema de sinalização dos recursos e atrações turísticas; (5) adequação dos horários de abertura e encerramento das atrações turísticas às necessidades dos visitantes; (6) disponibilidade de ampla e completa informação ao viajante, em diversos idiomas, sobre as rotas e circuitos existentes, o tempo de viagem, as condições e características das estradas, as ligações entre os diversos pontos, os horários das estações de serviço e outros serviços, entre outros (7) uma oferta de alojamento ampla, variada e de qualidade; (8) ampla oferta de restaurantes; (9) padrões de qualidade homogéneos em todos os serviços (*Idem*, 19).

Em Portugal, apenas 6% dos turistas estrangeiros que se deslocam ao nosso país têm como motivação principal uma viagem de *touring*. Segundo uma pesquisa do *European Travel Monitor*, de 2004, “Portugal recebe 1,7% das viagens internacionais de *touring* realizadas pelos europeus, o que representa quase 750.000 visitantes” (*Idem*, 26). Isto significa que, do total de visitantes estrangeiros que se deslocam a Portugal (12 milhões), aproximadamente 6% corresponde a turistas, cuja motivação principal de viagem é o *touring*. Se tivermos em consideração as potencialidades do país, a participação neste mercado é baixa (*Ibidem*). A maioria destes turistas chega a Portugal motivada por outras razões, como o golfe, negócios, *city breaks*, entre outros. Eles

realizam alguma rota de curta duração em regiões próximas do seu ponto de destino, sobretudo, em cidades como Lisboa e Porto (*Ibidem*).

Apesar da taxa baixa de Turismo cultural, Portugal é percecionado, positivamente, como destino de viagens de *touring*, especialmente nos países mais próximos como Itália, Espanha e França. Os principais mercados emissores são Espanha, França, Reino Unido, Escandinávia e Alemanha (*Ibidem*).

Sabendo que as pessoas procuram não gastar muito tempo na viagem, podemos aproveitar a nossa localização e destacá-la como uma vantagem, juntamente com o facto de sermos um país seguro, relativamente barato e com uma diversidade concentrada de produtos.

Como já referimos anteriormente, Portugal apresenta um elevado potencial de crescimento e fortalecimento do setor do turismo de *touring*, porque possui recursos, mas essa condição não é suficiente para se tornar num destino preferencial de viagens de *touring*. Portugal não se pode deixar levar apenas pelo facto de ter os recursos, mas deve apostar na diferenciação da singularidade das experiências oferecidas, na qualidade dos serviços prestados, no profissionalismo das empresas e dos recursos humanos.

A competitividade no setor das viagens de *touring* depende, fundamentalmente, da criação de condições mais favoráveis, confortáveis e seguras para a descoberta, exploração, conhecimento e fruição do território e das suas atrações (*Idem*, 27).

Com base nestes princípios e através de uma ação promocional e de comunicação eficaz, a fim de aumentar o grau de conhecimento e perceção de Portugal como destino de viagens de *touring* nos mercados emissores, podemos afirmar que a capacidade potencial da competitividade de Portugal neste setor é elevada (*Idem*, 28).

As ações promocionais e de comunicação a desenvolver por Portugal, com o objetivo de aumentar o grau de conhecimento e perceção de Portugal como destino de viagens de Turismo cultural, devem dirigir-se aos mercados emissores, mas também

investir em campanhas direcionadas aos turistas que visitam Portugal por outros motivos, aproveitando a força do passa-palavra, um dos fatores de influência mais poderoso na decisão final sobre o tipo e o destino de viagem (*Ibidem*).

Por conseguinte, a aposta de Portugal deve consistir no desenvolvimento de produtos para este mercado em todo o país. No nosso contexto de trabalho interessa-nos o investimento nas regiões a Norte de Portugal.

3. Turismo Cultural na Região Norte

O Norte de Portugal é conhecido por uma cultura muito rica em tradições aliada a crenças religiosas, paisagens naturais, património edificado, história e cultura que se complementam em perfeição.

O programa Norte 2020: Estratégia Regional de Especialização Inteligente identifica o Norte como destino de 4 setores chave: (1) um rico e vasto património histórico-cultural, material e imaterial existente por toda a Região; (2) enoturismo com relevância internacional; (3) Turismo de Natureza e de Turismo em Espaço Rural, com expressão ibérica e europeia; (4) Turismo de Saúde e Bem-Estar (CCDRN, 2014: 108).

Por outro lado, o PENT identifica 10 produtos-chave, entre os quais destaca o *touring cultural*. Assim reconhece o turismo e, mais concretamente, o Turismo cultural como um setor estratégico para a economia nacional. Neste sentido e devido à riqueza cultural do Norte de Portugal, já acima referida, esta deverá ser uma vertente a desenvolver.

Esta região tem forte potencial para a consolidação e desenvolvimento do Turismo cultural. Proporciona ao visitante experiências únicas, diferenciadoras, um contacto com a História de vários tempos da nossa história, mas também é uma região moderna, contemporânea. Desde os seus quatro sítios classificados pela UNESCO como Património Mundial, às Cidades e Vilas Históricas, aos Museus, aos Monumentos classificados e de elevado valor patrimonial, ao Património Industrial, à Arquitetura Contemporânea e Rota

do Românico, tradições, a região Norte possui um conjunto valioso e diversificado de recursos e produtos turísticos únicos, que permitem posicionar este destino turístico como o Destino de Excelência do Turismo Cultural em Portugal (Porto e Norte de Portugal *et al.*, 2013: 10).

Barcelos está inserido numa região classificada como destino de excelência e autenticidade histórico-cultural de âmbito nacional e internacional, sustentada pelos sítios classificados de Património da Humanidade e pelo vasto e rico património histórico-cultural, material e imaterial existente por toda a Região. Neste sentido, a cidade deve aproveitar esta localização privilegiada e o seu património e apostar no turismo cultural, um ativo intrínseco ao território e que constitui um elemento de diferenciação.

O Museu de Olaria, por si só não consegue atrair turistas que se desloquem propositadamente a Barcelos para o visitar, por isso é necessário que se criem pacotes turísticos que reúnam o que há de melhor no concelho para oferecer: o património, o artesanato, a Feira, o vinho verde, o turismo religioso, com especial destaque para o artesanato e a olaria que são produtos diferenciadores. Será importante apostar também na reunião de sinergias com outros concelhos à semelhança do que já acontece na plataforma *online* ‘Quadrilátero’, um projeto em ação nos municípios de Barcelos, Braga, Famalicão e Guimarães, com o objetivo de atrair mais visitantes.

Contudo, é necessário continuar a apostar num turismo de qualidade e a tradução desempenha um papel fulcral. Na nossa opinião, a internacionalização não pode ser entendida como mera extensão, porque requer estratégias próprias, diferentes do local, regional e nacional. Devemos pensar numa configuração transcultural na qual procedimentos específicos de tradução têm um papel de relevo.

Por outro lado, as novas tecnologias assumem um papel fulcral na divulgação destes locais com menor projeção. Com especial destaque para a internet. Esta ferramenta possibilitou que os produtos turísticos se tornassem globalmente acessíveis e com custos

muito baixos, pois reduziram significativamente a necessidade de intermediários turísticos. As novas tecnologias tornaram-se um meio de divulgação de excelência, beneficiando do facto das pessoas se terem tornado mais dependentes da informação tecnológica (Reisinger, 2009).

A Região Norte possui os recursos, porém necessita de uma maior promoção. As entidades responsáveis devem reorientar as campanhas de divulgação, direcionando o foco para outras regiões, para além de Lisboa, Porto, Algarve e Madeira, que podem representar um elemento diferenciador, fomentar o investimento privado, valorizar rotas no interior para estimular o desenvolvimento turístico desta parte do território, criar itinerários que liguem cidades com recursos de alto valor cultural como Porto, Braga e Guimarães, itinerários museológicos que liguem unidades museológicas desta região, maior divulgação da rota românica.

Capítulo III – A Museologia

A museologia é uma área com séculos de história e outros tantos de investigação, que tem sofrido mudanças e alterações, procurando adaptar-se às novas realidades.

Os museus sempre se revestiram de elevada importância. As suas colecções juntamente com os arquivos das bibliotecas são elementos fundamentais para o desenvolvimento cultural do mundo moderno (Rojas *et al.*, 1979: 23).

O processo de musealização é composto por procedimentos básicos, pelos quais um bem, material ou imaterial, adquire o estatuto de património: “(...) aquisição, pesquisa, conservação, documentação e comunicação” (Cury, 2005: 26). Estas ações podem ser realizadas com objetos dos mais diversos tipos e suportes e consistem na análise das etapas pelas quais um ‘objeto’ passa até se tornar património musealizado, ou seja, a partir do momento em que é retirado do seu contexto primário para se integrar numa nova categoria de análise, agora como objeto museológico (*Ibidem*).

Quando entra num espaço expositivo, o objeto perde seu valor de uso: a cadeira já não serve de assento, assim como a arma de fogo abandona a sua condição utilitária. Quando isto acontece perdem as suas funções originais, estes objetos passam a ter outro valor. Atualmente, o ‘objeto museológico’ já não é apenas a cadeira ou a arma de fogo que se pretende preservar. Deu-se uma revolução museológica e surgiram novos ‘objetos’ de interesse. O próprio museu deixou de se circunscrever apenas a quatro paredes.

1. Museologia – evolução geral

A palavra ‘museu’ deriva do grego *museion*, nome de um templo de Atenas dedicado às deusas, musas protectoras da poesia, ciências e das artes. No séc. III a.C. a mesma palavra foi utilizada para designar a Biblioteca de Alexandria, enquanto centro de cultura e artes e, assim também, como primeira instituição do tipo (Mensch, 1992: 23). Neste espaço ensinava-se um pouco de tudo relacionado com religião, mitologia, astronomia, filosofia, zoologia, entre outras matérias. Talvez por essa razão, aqui se podia

encontrar objetos de arte, mas também objetos cirúrgicos e astronómicos, peles de animais raros e materiais minerais, para além de possuir um anfiteatro e um observatório (Jesus, 2014: 98). Posteriormente, os romanos desenvolveram o costume de colecionar obras de arte adquiridas, especialmente, através dos saques que realizavam e que encheram Roma de objetos de arte grega. Roma foi a grande capital do colecionismo na Antiguidade Clássica e passou a exhibir monumentais colecções de obras de artes, que demonstravam além do poder sobre os inimigos conquistados, também o seu bom gosto e requinte (*Ibidem*).

Na Idade Média, alguns espaços acumularam valiosos tesouros como S. Marcos em Veneza e Saint-Denis, perto de Paris. Ao mesmo tempo, alguns reis criavam as suas próprias colecções, demonstrando o seu amor pela cultura, como Constantino VII e Carlos Magno (Roja *et al.*, 1979: 25-26). Contudo, é apenas a partir do final da Idade Média e, em particular nos séculos XVI e XVII, que o conceito de património histórico se começa a desenvolver, estendendo-se e integrando igualmente as antiguidades nacionais, nomeadamente, a arquitetura religiosa (Choay, 2008: 87).

A paixão pela colecção de obras de arte aumentou com o Renascentismo, com especial destaque para a colecção reunida pelos Medici ou as obras de Donatello (Rojas, 1979: 26). Ainda durante o Renascimento, o termo ‘museu’ começou a determinar as obras de carácter enciclopédico, talvez por referência ao *mouseion* de Alexandria (Jesus, 2014: 98).

Os primeiros museus de Arte foram criados com o movimento do Iluminismo, caracterizado pelo seu projecto filosófico e político de democratização do saber, mobilização do poder da razão, a fim de reformar a sociedade e o conhecimento herdado da tradição medieval (Choay, 2008: 87). No entanto, durante estes séculos, o museu mantém-se, essencialmente, na esfera do privado, como podemos constatar pelas referências às colecções do imperador bizantino Constantino VII, Carlos Magno,

Fernando de Habsburgo, Filipe III e Filipe IV, reis de Espanha, entre outros (Rojas *et al.*, 1979: 25-26).

Ainda no século XVII, em 1683, é inaugurado aquele que seria o primeiro museu a abrir as suas portas ao público: o *Ashmolean Museum*, em Oxford. Este museu representa um importante passo na democratização do acesso, rompendo as restrições de admissão e as barreiras de género e classe, próprias do museu privado. Todavia, só em 1753, é aberto o Museu Britânico, que é verdadeiramente o primeiro museu público do mundo ocidental (Chagas, 2002: 39-40).

Após a Revolução Francesa¹⁵ inaugura-se uma série de museus: o Louvre (1793); depois, o Museu dos Monumentos (1795); o Museu de História Natural (1793), e, por último, o Museu de Artes e Ofícios (1802). Estes quatro museus foram projetados durante o séc. XVIII, mas só ganham corpo durante o séc. XIX (*Idem*).

O termo ‘museologia’ é utilizado pela primeira vez por Philipp Leopold Martin, em 1869, quando publica *Praxis der Naturgeschichte* [Prática da História Natural], definindo a museologia como a exposição e preservação de espécies naturais. O termo ‘museografia’ tinha surgido em 1727, no tratado *Museographia oder Anleitung zum rechten Begriff und nützlicher Anlegung der Museorum, oder Raritätenkammer* [Museografia ou instruções para o correto entendimento e interpretação dos museus ou gabinetes do mundo], de Caspar Friedrich Neickel, onde o autor já se referia à Museografia como o conhecimento relacionado com os museus, bem como a sua criação (Mensch, 1992: 3).

Na segunda metade do séc. XIX surgiram os primeiros museus norte-americanos, como o da Universidade de Yale, o *Metropolitan Museum of Art*, em Nova Iorque, o *Museum of Fine Art*, em Boston e o *Art Institute*, em Chicago. Contudo, o Museu da Universidade de Harvard só surgiu em 1928 e a Galeria Nacional de Arte só em 1937.

¹⁵ A instituição museológica beneficiou da Revolução Francesa, nomeadamente, pela importância dada por esta ao conceito de património histórico e práticas associadas (Correia, 2006: 15).

Estes dois museus constituíram-se a partir de doações de obras de arte, feitas a partir de 1900, por gente influente da área da indústria e das finanças (Rojas *et al.*, 1979: 29).

Na Europa, durante o séc. XIX, o número de museus aumentou, sobretudo, associado a projetos educativos e de forma a comemorar aspectos nacionais. Estas novas coleções tornavam-se expressão e símbolo dos Estados Nacionais (Santos, 2002: 106). A ideia de Estado-Nação, que ganhou corpo, sobretudo, durante o séc. XIX, baseando-se no Iluminismo, utilizou as grandes coleções reunidas desde o Renascimento na Europa e converteu-as em acervos dos primeiros museus públicos (Primo, 2007: 49).

Consequentemente assiste-se ao alargamento do conceito de património e à consagração do monumento histórico e do património urbano histórico, associados também à criação e afirmação das identidades nacionais. Ao mesmo tempo, observa-se uma consolidação da noção de museu: desenvolvem-se as bases da museologia e das técnicas museográficas com o propósito de ordenar, expor e interpretar os objetos guardados (Santos, 1996: 43).

A preocupação com o património ultrapassou a simples salvaguarda e preservação deste e dos monumentos históricos para institucionalizar a sua musealização, enquanto espaços de apropriação e reapropriação de signos, que funcionassem “como representações rituais e simbólicas de práticas coletivas comuns, que promovem a criação e uma realidade palpável por oposição a outras comunidades” (Primo, 2007: 55). A noção de património começa a estar associada à existência de códigos comuns de uma nação a serem partilhados por todos os indivíduos. Neste sentido, o Museu passa a ser um espaço de comunhão nacional e “...continuam a fornecer uma imagem social da eternidade e da transcendência da história.” (*Ibidem*).

A Segunda Guerra Mundial surge como um marco importante na mudança de paradigma filosófico, especialmente, na Europa. Há sequelas do pós-guerra difíceis de recuperar, com o património arquitetónico quase todo destruído, já para não falar das

pilhagens de obras de arte entre países e o desenvolvimento do comércio de arte (Primo, 1999: 18).

A partir da década de 60 do século XX, os profissionais que trabalham na área da museologia, influenciados pela democratização da cultura, começaram a reconsiderar as ações desenvolvidas pelos museus na sociedade contemporânea. Desde então, surge um grande debate sobre a necessidade de transformação dessas instituições, no sentido de torná-las mais próximas das comunidades onde estão inseridas. O objetivo era definir novos caminhos a partir da ação conjunta de técnicos e grupos comunitários, para um maior desenvolvimento social. A ação museológica torna-se, então, mais próxima das demais práticas sociais (Santos, 1996: 35).

Nesse contexto de reflexões e novas propostas surge, durante o século XX, a preocupação pela preservação do meio ambiente. O conceito de património é revisto e ampliado, englobando-se o meio ambiente, o saber e o artefacto. Este novo conceito faz com que as discussões em torno da preservação sejam retomadas, contribuindo para o surgimento de novas categorias de museus e para a construção de pressupostos museológicos, até então desconhecidos (*Idem*, 43).

Por conseguinte dá-se a criação do Conselho Internacional dos Museus, o ICOM, sob a proteção da UNESCO¹⁶ (*Idem*, 44).

Relativamente a esta problemática foi necessário agir. Prova disso foi a Mesa Redonda realizada em Santiago do Chile, em 1972, considerada um marco no processo de transformação da museologia. Aqui se colocou em evidência a prioridade da ação no campo da intervenção social, abrindo espaço para um repensar globalmente a museologia. Através das reflexões ali realizadas, foi feito um balanço realista do desenvolvimento

¹⁶ Durante o século XX também se começou a questionar sobre a missão do museu para com a comunidade envolvente. Na IX Conferência Geral do ICOM, realizada em Paris e Grenoble, em 1971, por exemplo, teve como tema principal “O Museu a Serviço do Homem. Atualidade e Futuro”. Vários pontos foram levantados como referenciais que apontavam para a existência de uma crise nos museus, sobretudo, em relação ao seu envolvimento com o público e o seu afastamento dos problemas sociais (Santos, 1996: 44).

material e cultural, a nível mundial. Deste encontro retiraram-se algumas conclusões importantes, nomeadamente, o desajuste entre o desenvolvimento geral da civilização, causado pela crescente utilização de meios tecnológicos e o desenvolvimento cultural, aumentando o fosso que separa as regiões com grande crescimento material e as regiões de periferia (*Ibidem*). Perante esta situação, Rojas *et al.* (1979: 85) defende que esta crise estava relacionada com quatro aspetos de funcionamento da instituição: “(...) a dimensão pedagógica do museu; a projecção do museu sobre seu envolvimento social; as tentativas de rutura formal com o museu tradicional; a intensificação das relações público-museu.”

Ao longo de três décadas intensificaram-se os debates sobre esta problemática entre profissionais de diferentes países. Assim surgiram diversos projetos museológicos, com características comuns, fornecendo subsídios para a construção de uma ‘Nova Museologia’ (Santos, 1996: 36).

O aparecimento da designação ‘Nova Museologia’ deve-se a três momentos determinantes: (i) Declaração do Quebec, em 1984, que tem como subtítulo “Princípios de base de uma Nova Museologia”. Este documento convida a comunidade internacional a reconhecer todas as novas tipologias de museu, apelando também à criação de estruturas internacionais para garantir o seu desenvolvimento; (ii) a criação do *Mouvement Internationale pour la Nouvelle Museologie*, em 1985, que foi um movimento que defendeu a diversidade de tipologias de museus (ecomuseus, museu de comunidade, de vizinhança e o local); (iii) publicação do livro *The New Museology* pelo historiador de arte Peter Vergo (1989). Este livro aborda, entre outros temas, o facto de a museologia tradicional tratar mais dos métodos do museu do que propriamente dos seus objetivos (Duarte, 2013: 109-110).

A ‘Nova Museologia’ dá uma nova perspetiva ao museu. No seio desta nova corrente há um olhar mais atento sobre os processos pedagógicos e a busca pela adequação destes processos nas ações educativas e culturais de cunho museológico. Por outro lado, a

descentralização parte do museu nacional para a criação de cada vez mais museus regionais e locais. Em consequência desta mudança de perspectiva, o pensamento museológico sofre também alterações estruturais e a própria visão daquilo que é o museu e a definição dos seus limites assume outra abordagem.

Durante anos apenas prevaleceu a imagem do ‘museu tradicional’, ou seja, um edifício que guarda uma coleção de objetos; hoje, defende-se o conceito do ‘novo museu’, cujo campo de ação engloba o território da sua comunidade (Dias, 2008: s.p.).

Segundo Dias (2008) a conceção de museu tradicional pode esquematizar-se através do seguinte esquema: “...uma construção + uma colecção + um público, e o novo museu como um território + um património + uma comunidade.”

Esta nova noção de museu fez com que a instituição que foi dada como extinta conseguisse sobreviver às sucessivas mudanças do paradigma social ao longo do século XX. O museu conseguiu sempre reinventar-se pela combinação estratégica, adotando novas políticas, novos programas e novos modelos (Grande, 2009: 6).

Esta nova perspectiva de museologia revela-se particularmente inovadora ao introduzir uma especial abertura do espaço museológico à comunidade, capaz de integrar as suas experiências, conhecimentos e tradições, ao mesmo tempo que assume um papel ativo de participação no processo de construção do museu (Babo *et al.*, 2007; 1). Neste sentido, o museu deve procurar ir ao encontro das necessidades e preocupações da comunidade local, assumindo um papel de educação e formação já acima mencionado, para que a comunidade se sinta parte do museu e que não seja apenas um local de visita para ‘os de fora’.

O museu deve também ser encarado como uma mais-valia para a valorização das singularidades locais. Esta estrutura assume um enorme potencial enquanto fator de promoção da cultura local e regional, mas tendo sempre presente uma lógica de

desenvolvimento integrado e de coesão social e garantindo a sustentabilidade territorial futura, os elementos de valorização e de diferenciação (*Idem*).

O novo museu fornece aos membros da comunidade um instrumento que lhe permita aumentar seus conhecimentos sobre o próprio território e sua situação presente (*Ibidem*). Assim o museu deixou de ser um espaço criado para armazenar, apresentar e preservar as suas coleções e apenas reservado a uma elite, para se tornar um lugar que pode ser visitado pela própria comunidade e turistas. Com isto, o museu é encarado como um espaço ativo, com capacidade de intervenção no mundo em mudança, no qual está inserido, não perdendo, porém, as tradicionais funções de reunir, conservar e divulgar as coleções com o intuito de enriquecer estudos e conhecimentos, mas também de deleite e prazer.

2. Museologia em Portugal

A Museologia em Portugal tem uma longa tradição, com diferentes e marcantes períodos. Judite Primo (2007: 68-80) sintetiza esses períodos em sete fases: (i) Museologia Colecionista, (ii) Museus Pombalinos, (iii) Museus do Liberalismo, (iv) Museus da Segunda Metade do séc. XIX, (v) A Museologia na Primeira República, (vi) A Museologia no Estado Novo e (vii) Museologia do pós 25 de Abril.

O primeiro período, a que Judite Primo também designa por período pré-museal, antecedeu o aparecimento dos primeiros museus. Esta época ficou caracterizada pelo exotismo, resultante da época dos Descobrimentos e a formação de reis, nobres e religiosos (*Idem*, 70).

Segue-se um período que ficou marcado pela figura de Marquês de Pombal. Este é reconhecido pelas várias reformas que implementou enquanto Secretário de Estado do Reino e pela sua atuação depois do Terramoto de 1755. Também na área museológica deixou a sua marca através dos Museus Pombalinos. Marquês de Pombal foi responsável

pela criação do Museu de História Natural e Jardins Botânicos na Ajuda e na Universidade de Coimbra e pela delimitação de um projeto museológico articulado com as ideias iluministas do seu tempo (*Idem*).

A museologia liberal portuguesa é fortemente marcada pela Revolução Francesa e tinha por princípio a criação de novas unidades museológicas em Portugal e nas colónias. Destaca-se neste período, a criação do primeiro Museu Público, o Museu Portuense, em 1833, pelas mãos de D. Pedro IV, um Museu de pinturas, estampas e outros objetos de belas artes. A afirmação do museu como instituição pública foi o maior contributo do liberalismo para a Museologia portuguesa (*Idem*, 73).

Durante a segunda metade do século XIX, a Museologia ficou marcada por um movimento em favor da criação de novas unidades museológicas. Surgiram, por exemplo, os dois primeiros Museus Arqueológicos e Museus Industriais e, em 1870, foi criado o Museu Colonial para dar a conhecer as riquezas do império colonial português. Este museu é já um lugar de projeção neocolonialista. Em 1875 foi criada a Sociedade de Geografia de Lisboa, a qual organizou, de seguida, um Museu Etnográfico. Mais tarde, em 1893, foi criado o Museu Etnográfico Português, posteriormente, designado como Museu Etnológico Português (*Idem*, 73-74).

Este museu destaca-se por uma característica diferenciadora “...num propósito de (...) investigar e retratar museologicamente a documentação referente à realidade nacional portuguesa” (Gouveia, 1992: 199).

Leite Vasconcelos responsável pela sua criação pretende revitalizar o sentimento e a consciência nacionais, como fonte de inspiração de artistas e como instrumento de educação do público, levando-o a conhecer e a amar a pátria (*Idem*, 200). Este torna-se um importante espaço de preservação dos valores nacionais. Esta valorização nacional irá culminar, posteriormente, numa descentralização regional e local.

O Museu Etnológico personificava o museu nacional documentando e interpretando algumas das componentes mais significativas da cultura portuguesa. Aqui podíamos encontrar, sobretudo, objetos nacionais, admitindo-se a existência de objetos congêneres estrangeiros apenas em secções comparativas. Este museu pretendia desempenhar também um papel orientador e dinamizador da museologia portuguesa nos planos regional e local (*Idem*, 208).

Este museu representa uma mudança do olhar sobre o museu. Surge pela primeira vez a referência aos planos regional e local. Para além da valorização dos valores nacionais, o museu torna-se um espaço de projeção no espaço lusófono africano. Projeta-se também no museu o neocolonialismo, que impera pelo país.

A Museologia na Primeira República não trouxe nenhuma revolução cultural, mas proporcionou algumas transformações no setor. Um dos objetivos do programa de ação cultural era a divulgação da cultura entre a população como algo urgente (Primo, 2007: 74).

O primeiro museu da República foi criado em Dezembro de 1910: o Museu da Revolução. Durante este período, o primeiro Governo Republicano assinou um decreto com algumas linhas estratégicas para a ação museológica portuguesa: uma delas pretendia que o museu se tornasse um complemento fundamental para o ensino artístico e um elemento essencial da educação geral e ainda que os museus deveriam tornar-se modelos da cultura e do 'modo de ser característico' da nação, indo ao encontro do museu como espaço de comunhão nacional (*Idem*, 75).

Em 1911, o Museu Nacional de Belas Artes deu origem a dois museus nacionais: O Museu Nacional de Arte Antiga e o Museu Nacional de Arte Contemporânea. O pintor Columbano Bordalo Pinheiro ficou responsável pela direção do Museu Nacional de Arte Contemporânea e José Figueiredo pelo Museu Nacional de Arte Antiga (*Idem*, 76).

A partir de 1912 foram criados treze museus regionais com o objetivo de regionalizar os museus nacionais. Com este objetivo surgiram várias casas-museu, entre elas a Casa-Museu Bordalo Pinheiro, em Lisboa, e a Casa-Museu Camilo Castelo Branco de São Miguel de Seide (*Idem*, 77). Este período ficou marcado pela descentralização patrimonial e museológica e pela criação de vários museus municipais e regionais da responsabilidade dos municípios.

Com o Estado Novo continuamos com uma visão nacionalista e colonialista. O quadro museológico do Estado Novo foi concebido para reforçar a ideia de cultura nacional, através do incentivo aos Museus Nacionais, à importância da cultura popular e do reforço dos museus etnográficos regionais e dos museus municipais (*Idem*, 76). O Estado Novo decidiu dar prioridade à história e à etnologia, que passou a caracterizar os modelos regionais criados. A valorização dos valores nacionais ‘Deus, Pátria e Família’ introduziu nos portugueses o gosto pelo que é português e, conseqüentemente, pelo que é regional e local.

O Estado Novo herdou da Primeira República 3 Museus Nacionais (Museu Nacional de Arte Antiga, Museu Nacional de Arte Contemporânea e Museu Nacional dos Coches), 7 regionais e 33 espalhados pelo território nacional (*Idem*, 76).

Durante este período realizaram-se duas grandes exposições coloniais, que marcaram a construção e consolidação do discurso museológico no Estado Novo. A glorificação do passado e da sua história continuam a ser marcas do Estado Novo, como ficou patente durante a primeira Exposição Colonial Portuguesa e no I Congresso de Antropologia Colonial, realizados no Porto, fazendo lembrar a criação do Museu Etnográfico do Império Português (*Idem*, 77).

Em 1940, realizou-se a Exposição do Mundo Português que deu origem oito anos mais tarde, ao Museu de Arte Popular, inaugurado em 1948. Este espaço estava organizado em cinco salas: Entre-Douro-e-Minho, Trás-os-Montes, Algarve, Beiras,

Alentejo e Estremadura, de acordo com as cinco regiões administrativas do país (Museu de Arte Popular (MAP), s.d.).

Uma parte significativa do espólio inicial deste museu proveio do material etnográfico reunido pela Sociedade de Programação Nacional (SPN) e pelo Secretariado Nacional de Informação (SNI) para figurar nas diversas exposições organizadas em Portugal e no estrangeiro (*Idem*).¹⁷

O MAP faz esta ligação com o ‘Portugal profundo’, com o íntimo das suas raízes, mas ao mesmo tempo é o primeiro museu português a apresentar um conceito totalmente moderno com um discurso expositivo muito próprio e *design* modernista (*Ibidem*). Este espaço foi um passo muito importante no programa de valorização das identidades regionais da arte popular portuguesa, segundo práticas folcloristas e propagandistas, tal como era apanágio da SPN/SNI.

O MAP apresenta uma continuidade temática e cenográfica com certames internacionais, nos quais Portugal participou durante o período que António Ferro estava à frente do SPN/SNI. O papel da olaria no desenvolvimento de um discurso de identidade nacional, com repercussões na definição do turismo nacional e de políticas de musealização do artesanato português que trataremos no capítulo IV.

Como já referimos anteriormente, antes de 1960, podemos falar de uma museologia tradicional que se desenvolveu como uma forma de educação dos cidadãos dos estados, como aconteceu em Portugal. Os anos de 1960/70 representam uma transformação radical dessa situação.

O setor museológico português ficou marcado, durante os anos 60, por algumas medidas decisivas para a implementação de uma política museológica mais concreta. A nível legislativo foi publicado um decreto que pretendia que os museus fossem

¹⁷ Atualmente, o seu acervo é constituído por alfaias agrícolas, fotografias, cerâmica, escultura, ourivesaria, cestaria, trajes, instrumentos musicais, entre outros objetos recolhidos, sobretudo, durante o concurso ‘Aldeia mais Portuguesa de Portugal’ (*Ibidem*).

transformados em ‘organismos vivos’, capazes de funcionarem como centros ativos de divulgação cultural. Denota-se já, neste período, uma mudança de perspectiva museológica, na qual se pretende dar ‘vida’ ao museu, para que este deixe de ser apenas um depósito de peças antigas. Por outro lado, este decreto fomenta o desenvolvimento de estratégias para a atração de visitantes. Ainda nesta década assiste-se também à criação do Museu Etnológico do Ultramar, atualmente, o Museu Nacional de Etnologia; à criação da Associação Portuguesa de Museologia (APOM) que tinha por objetivo reforçar o caráter profissional da atividade dos museus, promovendo o conhecimento da Museologia através de reuniões, visitas de estudos, conferências, exposições e publicações. No final da década, aparece o Museu Calouste Gulbenkian, que foi o primeiro museu a ser instalado num edifício construído propositadamente para o efeito (Primo, 2007: 78). Durante este período, os museus eram vistos como instrumentos de propaganda política, por isso, a promoção de museus nacionais era feita com recurso à nacionalidade e aos valores patriotas representativos da época, bem como o mundo rural.

Com o 25 de abril de 1974, implementa-se em Portugal um regime democrático e esta data marca também a democratização da vida associativa e a autonomia das autarquias, o que permitiu o aparecimento de inúmeras instituições museológicas de diferentes tipologias e tutelas, sobretudo, a partir dos anos 80 (*Idem*, 79). Consequentemente, o pós-25 de abril ficou marcado pela criação de associações de defesa do património local e pelo alargamento da noção tradicional de património cultural e a renovação e a criação de museus.

Em Portugal, os museus locais trouxeram nova dinâmica à Museologia portuguesa, que além do alargamento da noção de património e de museu, trouxeram novas soluções que não estão centradas nos objetos de colecção, mas nas referências identitárias, patrimoniais e territoriais de cada comunidade. É exemplo desta experiência museológica

o Ecomuseu do Seixal de 1982, criado para preservar *in situ*, valorizar e divulgar o património local (Primo, 2007: 79-80).

A museologia do pós 25 de Abril foi responsável por uma atividade mais diversa em quantidade e qualidade, sendo sobretudo marcada pela aproximação direta com a vida cultural das comunidades locais e a sua memória. Prova é o surgimento de vários museus centralizados no passado das comunidades, como é o caso do Museu de Olaria, que tem por objeto o passado olárico português.

3. A Museologia no Norte de Portugal

Em 2013, a Entidade Regional de Turismo do Porto e Norte de Portugal publicou um guia dos ‘Museus a Norte’, onde são identificados 88 museus.

À semelhança do que aconteceu um pouco por todo o país, os museus desta região também tiveram de adaptar-se aos novos desafios da Museologia.

Em Portugal e na Região Norte, foi comprovado um movimento criador e reformador de museus depois de 1974, tendo as autarquias locais muita relevância neste setor, demonstrando-se que a preservação de valores culturais locais ocupa muitas das unidades museológicas referenciadas na apresentação da realidade museológica na região Norte de Portugal (Ponte, 2014: 327).

O Norte de Portugal apresenta uma realidade museológica muito extensa, como podemos constatar, e díspar, constituída por estruturas museológicas de dimensões muito distintas, com tutelas diversas, na maior parte dos casos sob a tutela das autarquias locais. Os museus assumiram um papel mediador cultural e comunicacional, exercendo, simultaneamente, uma importante ação educativa junto de uma diversidade grande de públicos e com um crescente interesse para o enriquecimento da oferta de turismo cultural, nomeadamente, funcionando muitas vezes como convite e ponto de partida para a descoberta dos diferentes locais de visita de um destino turístico. Contudo, são na sua

maioria instituições de pequena ou muito pequena dimensão, com recursos humanos muito escassos, com baixos índices de qualificação, e com pouca capacidade de implantação local o que se refletirá na sua capacidade de atratividade para o exterior (*Idem*, 328-329). Consequentemente, estes museus mais pequenos assumem um papel muito limitado na prática turística.

Neste sentido surge um novo grande desafio: como aplicar os conceitos da ‘Nova museologia’? Como podemos ir ao encontro do novo turista, o turista cultural?

As diversas tutelas, das quais se destacam os municípios, deverão continuar a apostar na importância que os museus assumem na dinamização económica e cultural das diferentes localidades e como instituições que preservam mais do que objetos, valores culturais e patrimoniais locais.

Num mundo em que cada vez mais se fala na globalização, consideramos que os museus se deverão assumir como o garante da salvaguarda das características locais, dos valores culturais de cada local. É isto que o turista cultural procura: vivenciar e experimentar o que acredita ser algo ‘real’ na cultura local ou regional, de uma forma mais profunda e autêntica. Como já referimos na abordagem anterior feita ao turista cultural, este procura as diferenças culturais, o contacto com outras culturas.

Conscientes desta realidade, as entidades responsáveis pela museologia a norte de Portugal devem aproveitar esta realidade para potenciar os seus museus. Os museus têm de se adaptar a esta nova realidade e apostar na sua função diferenciadora. Para tal têm que disponibilizar textos em diversas línguas e linguagens, realizar atividades inovadoras, tornando as visitas memoráveis, convertendo os museus em marcos inesquecíveis da experiência vivida em diferentes locais e fator de desenvolvimento das mesmas. Tal será possível mesmo no caso dos museus mais pequenos, que nunca irão originar uma deslocação propositada a esse museu, mas cabe às instituições responsáveis criar produtos turísticos, onde estes museus podem ser inseridos.

4. Nova Museologia e Turismo Cultural

Tal como a sociedade, o turismo e a museologia também evoluíram. Como já ficou demonstrado nos capítulos I e II, passámos de um turismo de massas para um conceito mais sustentável e preocupado com os recursos disponíveis. Por outro lado, o museu evoluiu e modificou-se, sobretudo de três formas principais sistematizadas por Alexandra R. Gonçalves (2009: 4):

(...) o museu passou a preocupar-se não só com o objecto, mas também com a representação do passado, pelo que, teve lugar um alargamento do que vale a pena preservar; teve lugar uma mutação da natureza do museu – “os museus vivos” substituem os “museus mortos”; museus fechados substituem os museus ao ar livre; alteração da relação do museu com outras instituições sociais – os museus estão a tornar-se mais sociais e comerciais (integram cafés, livrarias e restaurantes; possuem dias abertos; alugam colecções e organizam eventos).

Resumindo, os museus redefinem a sua função tradicional de preservação e exposição de objetos considerados valiosos no âmbito duma maior preocupação com a contextualização da instituição, assumindo um papel “para o desenvolvimento do turismo cultural e de novas oportunidades de lazer, mas também como bandeira diferenciadora e identitária dos locais, num mundo cada vez mais global” (Gonçalves, 2009: 4). Para um manual como *Museum Basics* (1ª ed. 1993), trata-se dum ‘benefício’ fundamental:

Museums may serve as an important tourist or cultural element in an overall re-development or regeneration programme for a location. (...) In a location where tourist economy is important, a museum can play a significant role as an ‘attractor’ for a tourist destination. In rural areas, for example, where economic development may need to take place because of changes to the traditional agricultural economy, a museum may have a useful role to play in serving as a focus for presenting and interpreting economic and associated cultural change to a local community and visitors. (Ambrose & Paine, 2012: 13 s.)

É nesta base, e tendo em conta o duplo público de comunidade local e visitantes (nacionais e estrangeiros), que Ambrose & Paine (2012: 14) definem um ciclo entre política museológica e o desenvolvimento de economia local (*Ibidem*, fig. 4.2):

Where tourism is an important part of local economy, a museum can act as a magnet or attractor for encouraging tourist visitors to visit the wider destination. Visitors to a museum will also spend money within the local economy, (...). (*Ibidem*).

“No museum is an island” (*Idem*, 111) diz o mesmo manual, alertando para a necessidade de um trabalho em rede e planeamento integrado, enfatizando o papel dinamizador de “Friends’ organisations and membership programmes” (*Ibidem*). Na era da globalização, este papel não está confinado à comunidade local ou ao visitante nacional, mas abrange também o turista estrangeiro, e requer o desenvolvimento de conteúdos em línguas estrangeiras e a sua atualização contínua.

Atualmente, os turistas representam uma parte importante das visitas aos museus e, em alguns casos, uma percentagem expressiva do seu público. O reconhecimento da importância da sustentabilidade cultural já foi apreendido pelo turismo cultural e os agentes do turismo estão hoje conscientes que o futuro da indústria turística depende da proteção e preservação dos recursos ambientais, patrimoniais e culturais de cada região (*Idem*, 3).

O turismo cultural assume-se como um produto estratégico para os museus e estes são um importante recurso para o desenvolvimento do turismo cultural, no sentido do ciclo proposto por Ambrose & Paine (2012: 14). Contudo, embora se perspetive, de forma clara, a relação dos museus com o turismo em prol do desenvolvimento de ambos, nem sempre esta relação e articulação funciona da melhor forma. A falta de articulação entre os dois setores leva ao desconhecimento mútuo da atividade de cada um e assim, só uma pequena percentagem de museus desempenha um verdadeiro papel na ativação do turismo a nível internacional (Ponte, 2014: 348).

Se o turismo deverá conhecer as unidades museológicas que poderão enriquecer e valorizar a atividade, também os museus deverão encetar um processo de adaptação das suas estruturas, no sentido de se afirmarem como uma verdadeira oferta no domínio do turismo (*Idem*, 348). O visitante atual dos museus deixou de se satisfazer somente com olhar os objetos nas vitrinas, conhecendo apenas o seu lado estético. O turista quer interagir com os objetos e os seus contextos, quer estar envolvido, participar na descoberta e deseja experimentar. Por isso, o museu deve conhecer os desejos dos públicos, perceber o que é que eles pretendem ver ao visitar a instituição. Nesta linha deverão ser previstas diferentes tipos de abordagens e níveis de comunicação capazes de responder aos diversos tipos de público (Ambrose & Paine, 2012: 66).

O turismo poderá funcionar como uma mais-valia para os setores que estabelecem sinergias com ele, nomeadamente, os museus, contribuindo para a captação de novos públicos e criação de novas receitas, que poderão ser aplicadas na regeneração de edifícios e conservação de acervos. Por outro lado, os museus podem transformar-se em elementos essenciais na valorização dos destinos, da experiência turística e para a fixação de comunidades nos seus locais de origem, as quais, desta forma poderão, se bem orientadas, funcionar como mais um ativo para o setor do turismo (*Idem*, 135)

Existe, por isso, uma relação muito estreita entre turismo e museologia. Com efeito, perceber se os museus fazem o turismo ou se o turismo faz os museus é uma questão difícil de responder e resulta:

(...) da intensificação e da diversificação da mobilidade num âmbito internacional, onde os museus desempenham um papel crucial na oferta urbana, colocando-se ao serviço de uma sociedade da informação e do lazer (Gonçalves, 2009: 3).

O turista cultural, ao procurar escapar de uma cultura global e estetizada, procura novos interesses de viagem relacionados especialmente com a cultura original de cada

local que visita. Este facto faz com que muitas entidades promotoras do turismo tirem proveito dos recursos culturais existentes nas suas cidades para atraírem mais turistas. Em muitos dos casos, estes recursos acabam por perder a sua autenticidade:

Não será por acidente que o autêntico constitui um fetiche socialmente mobilizador da descoberta das verdadeiras raízes dos indivíduos (...) é nessa conjugação que o turismo se torna um 'campo' de tensões despertadas por uma reinvenção dos espaços locais (...). (Santos, 2014: 5).

Capítulo IV – O caso do Museu da Olaria

1. Património da Olaria

1.1. História

O concelho de Barcelos é um território fortemente marcado por uma identidade cultural e etnológica decorrente da variedade de artes e ofícios que se desenvolvem por todo o município.

De entre todas as artes tradicionais, a olaria tem especial destaque pela sua ligação à terra e ao homem. Efetivamente, o trabalho no barro ganhou tal relevância ao longo dos séculos que não se consegue separar da história, passada e presente, desta região.

A proximidade da matéria-prima terá sido uma das razões que propiciou a ligação de Barcelos a esta arte. As freguesias da Ucha, Lama, Oliveira, Galegos (São Martinho), Galegos (Santa Maria), Areias (São Vicente) e Pousa¹⁸ demonstram uma ligação de muitos séculos pelo facto de se localizarem numa zona de jazidas argilosas de excelente qualidade. Por esta razão, grande parte das oficinas dos oleiros se concentra nestas freguesias.

A qualidade do barro fez do concelho de Barcelos, um espaço privilegiado para o trabalho em olaria, sobretudo peças utilitárias e, posteriormente, em Figurado (artesanato característico de Barcelos).

A presença de barro nesta região perde-se no tempo remontando à época castreja ou até períodos anteriores. “Apesar de ser impossível apresentar uma data específica para essa ocorrência, os testemunhos históricos levam-nos a concluir que tal atividade estará implantada neste território há mais de dois mil anos, antes ainda da civilização castreja” (*Idem*, 19).

Os vestígios da cerâmica continuam a aparecer durante o período romano e o registo da sua importância é visível através da preocupação do poder legislativo com esta

¹⁸ É de notar que estas freguesias que, hoje, pertencem ao concelho de Barcelos, com exceção de Pousa, pertenceram durante a Idade Média ao julgado de Prado, que é igualmente conhecido pela qualidade de barro e pela aptidão dos seus oleiros (Fernandes, 2003: 12).

arte. Segundo Isabel Fernandes (2003: 12), as olarias eram consideradas fontes de riqueza para os poderes públicos, que se empenhavam em legislar sobre as mesmas e assim arrecadar dividendos. Contudo, esta preocupação não era só patente na taxação da produção, mas também concedendo privilégios aos oleiros de modo a favorecer a sua implementação (*Ibidem*, 21). Esta preocupação leva-nos a pensar que deveria existir já durante a Idade Média uma atividade olárica suficientemente enraizada nesta região com alguma importância económica e social. As 'Louças de Barcelos', como são vulgarmente conhecidas, eram já um atributo de identidade que, ao longo dos séculos, foi forma de sustento de muitas famílias que dependiam do barro.

No séc. XIII é identificado o centro oleiro Prado/Cervães como um dos mais importantes no contexto da região Entre Douro e Minho.

A sua atividade enquadra-se numa das manchas minhotas mais densas em testemunhas de olarias, que se estendia por todo o julgado de Prado e se prolongava para Sudoeste, sempre a Norte do Cávado, até Galegos e Areias de Vilar (Barcelos). A área inclui numerosas barreiras e ainda hoje preserva tradições oleiras muito fortes (Barroca, 1993: 163).

Segundo o mesmo autor, a louça produzida nesta região era, sobretudo, escoada para Braga e para a Feira de Prado. Contudo, com o florescimento das feiras e com os comerciantes que percorriam estas freguesias em busca de produtos, a louça produzida no período medieval chegou a outras cidades.

O aparecimento de novas feiras funcionava como uma rede através da qual a louça produzida na região de Prado chegava a outros pontos do país. Por outro lado, a isenção de pagamento de impostos, imposto por D. Afonso III, em 1260, previa a isenção de portagem em todo o reino para as pessoas de Prado, com o objetivo de fomentar a indústria e o comércio local. Esta medida não era exclusiva do julgado de Prado, mas também de

outros municípios. Por conseguinte, favoreceu o aparecimento de muitas feiras, onde a produção olárica de Barcelos podia ser vendida (Município de Barcelos, 2006a: 23).

Normalmente a venda destes produtos era feita pelo oleiro quando a feira se realizava perto da casa deste ou, então, era adquirida por comerciantes, que se encarregavam de a vender pelas feiras que se realizavam nessa altura.

A partir do séc. XVI a organização dos 'ofícios' e a organização dos oleiros sofreu uma regulamentação em direção ao corporativismo. Dá-se também uma normalização de uma série de processos, que segundo Isabel Maria Fernandes (2003: 13) protegiam a classe, exigiam a progressão hierarquizada no ofício e prestação de provas. Por outro lado, protegiam também o consumidor, obrigando os oleiros a utilizar bom barro, a fazer peças de qualidade e a vendê-las a um preço justo.

A partir do séc. XVIII e até ao primeiro quartel do séc. XIX esta louça era vendida não só para território português, mas também para a Galiza, sobretudo, por dois motivos: (i) proximidade de Portugal e (ii) falta de produção deste tipo de louça, sobretudo utilitária, na Galiza.

Ao longo do séc. XIX várias são as referências à olaria produzida em Barcelos, nomeadamente, no ano de 1882, quando se realizou uma grande mostra de cerâmica nacional pela Sociedade de Instrução do Porto, onde se distinguiam os produtos de Barcelos (Município de Barcelos, 2006a: 27).

Desta forma se construiu uma tradição regional alicerçada na terra e no talento dos homens e mulheres que nela trabalhavam. Por todo o país, quer nas feiras semanais, nas anuais, nas romarias, o nome de Barcelos era difundido pelos oleiros, que percorriam as vilas e cidades a vender 'Louça de Barcelos', transportadas a pé ou em carro de bois. Esta gente trabalhadora e humilde contribuiu para a construção da identidade de uma comunidade, de um território e de uma cidade, de tal forma que a história de Barcelos, não se poder desagregar deste contexto socioeconómico.

No entanto, apesar do sucesso da ‘Louça de Barcelos’, já durante o séc. XIX se começa a sentir o declínio da produção oleira, situação que não é apenas característica desta zona (*Idem*, 28). A crise no setor da olaria não foi repentina, mas sim um processo gradativo e bastante lento ao qual não se pode atribuir nenhuma causa ou período específico. Vários foram os fatores que contribuíram para este processo, dos quais se pode destacar o facto de, durante a Idade Média, as classes mais abastadas começarem, progressivamente, a substituir as suas peças de olaria por peças de outro tipo de material como o ferro, o cobre ou o latão (Fernandes, 2003: 12).

Durante a segunda metade do séc. XVIII o declínio adquire maior expressão com a introdução das primeiras fábricas de faiança, aumentando a concorrência em relação às oficinas de olaria tradicionais. Primeiramente, a louça de faiança era uma novidade e as suas características, nomeadamente, as suas cores, tornavam-na mais apelativa aos olhos do consumidor. Em segundo lugar, era um tipo de louça mais resistente. Por outro lado, como uma grande parte destas fábricas foi criada com recurso a capital de grandes comerciantes, estes possuíam conhecimentos e rapidamente conseguiram colocar os seus produtos em lugares de destaque. A concorrência era proveniente, sobretudo, das Caldas da Rainha (Município de Barcelos, 2006a: 29-30).

O séc. XIX veio acentuar o desuso das peças de cerâmica, quer por causa do aparecimento do fogão de ferro, que levou à necessidade de se adquirir utensílios do mesmo material como panelas de ferro. A água canalizada fez com que os cântaros entrassem em desuso e a introdução do plástico foi decisiva para que as peças utilitárias em barro se tornassem desnecessárias (*Idem*, 30). É óbvio que esta mudança não foi imediata nem se deu da mesma forma nos meios urbanos e rurais. No meio urbano as peças de cerâmica foram mais rapidamente substituídas, mas no meio rural a utilidade das mesmas continuou a fazer sentido até meados do séc. XX.

No entanto, não foram apenas os avanços tecnológicos que estiveram na origem do declínio da utilização do barro. As classes mais ricas e que, primeiramente, tiveram acesso a aparelhos de faiança ou pó de pedra imputaram nas classes menos abastadas um desejo de imitação, abandonando, por exemplo, as malgas de barro (Fernandes, 2003: 19). Por outro lado, a vida de oleiro era muito difícil, exigia muitas horas de trabalho, em condições degradadas, sujeitando-se às elevadas temperaturas dos fornos e à sujidade. Vendo esta vida difícil, dos filhos dos oleiros não queriam a vida dos pais para si, por isso, procuravam outros trabalhos ou mesmo emigrar.

As oficinas ficavam, geralmente, próximas da habitação do oleiro ou, então, na própria habitação. O forno, normalmente, ficava localizado fora das oficinas, sobretudo, devido às elevadas temperaturas que eles atingiam.

A redundância de diversas peças de cerâmica levou a que alguns estudiosos se interessassem por este tipo de peças para além do seu carácter utilitário, mas como representações culturais de uma comunidade. Esta necessidade de estudo foi acompanhada por um desejo de proteção e divulgação da produção olárica, fomentando exposições e a criação de museus (*Idem*, 22).

Surge, entretanto, um discurso etnográfico em relação à olaria. A colocação de peças em museus confere-lhes um estatuto diferente, como iremos analisar posteriormente.

Apesar da entrada em declínio da produção oleira, a ‘Louça de Barcelos’ continua a ser vendida pelo país e está presente em várias exposições, nomeadamente, em 1901, na exposição promovida pelo Instituto Portuense de Estudos e Conferências, realizada no Palácio de Cristal (Município de Barcelos, 2006a: 33).

Por esta altura existiam cerca de 95 oficinas de louça, que empregavam 396 oleiros. Podemos observar na tabela que se segue como são as freguesias que anteriormente

pertenciam ao julgado de Prado que possuem a maior parte de oleiros e de oficinas de cerâmica¹⁹.

N.º de oficinas	N.º de oleiros	Produção
S. Salvador de Lama	11	Louça
S. Vicente de Areias	17	Louça de barro ordinário
Oliveira	7	Louça de barro ordinário
S. Martinho de Galegos	39	Louça vidrada ordinária
Manhente	4	Louça de barro vidrada ordinária
S. Veríssimo de Tamel	17	Louça de barro ordinária

Tabela 1: Inquérito sobre o estado da indústria cerâmica, em 1913.

Fonte: Girão 1993 *in* Município de Barcelos, 2006a: 33.

1.1.1. Extração, preparação e processo de modelagem do barro

A olaria de Barcelos sempre teve um carácter utilitário e distribuía-se por dois grupos diferentes: louça vermelha fosca e louça vidrada.

A louça de barro fosco não é vidrada nem polida e representa as louças mais antigas. Eram cozidas em fornos de lenha, com fogo direto, a 850°C. Depois de cozidas apresentavam uma cor vermelho-tijolo. Este tipo de louça era usada para fins utilitários, mas também decorativos. A porosidade desta louça atribuía-lhe uma dupla funcionalidade: podia ser utilizada para conservar água fresca, mas também no forno. Os recipientes mais comuns são os assadores de castanhas, panelas, potes e os púcaros (Município de Barcelos, 2006a: 42).

¹⁹ No ano de 1835, o julgado de Prado desaparece e passam, a fazer parte de Barcelos, as freguesias de Areias S. Vicente, Igreja Nova, Lama, Oliveira, Ucha, Galegos Sta. Maria e Galegos S. Martinho.

A louça vidrada depois de seca é banhada numa solução espessa produzida numa segunda variedade de argila, que lhe dá um tom, tijolo-escuro, depois de cozida a 950°C. Depois de novamente seca, a louça pode ser decorada segundo dois processos: (i) vidrado monocromático, colorido por óxidos; (ii) ornamentada com aplicação de engobe²⁰ e que depois de cozida adquire uma cor castanha e amarela. Os recipientes mais comuns são alguidares, pratos, terrinas, pingadeiras, malgas, tigelas, copos, entre outros (*Idem*, 43). Só depois é que era aplicado o vidrado que era muito básico e que não resistia aos ácidos dos alimentos.

As principais barreiras²¹ localizavam-se na margem direita do rio Cávado, a jusante da confluência com o rio Homem, com especial destaque para o depósito de Prado.

O barro era usado sem misturas ou combinado com outros barros, mas sempre das barreiras da zona. Atualmente, a maioria dos oleiros utiliza uma mistura de barro de Alvarães, originária de Viana do Castelo com uma pasta de Águeda ou de Aveiro e depois é misturado nas oficinas. Contudo, cada vez mais os oleiros recorrem a pastas previamente misturadas, prontas a usar.

O barro era extraído por barreiros que cavavam a barreira. O barro era depois retirado em cestos e caixotes de madeira, puxado por um sarilho²² e transportado por mulheres para um carro de bois. De seguida, o barro era descarregado na eira, perto de casa, no aloque²³, onde era preparado com uma junta de bois²⁴; posteriormente era molhado e picado. Depois de concluída esta fase, o barro era colocado no masseirão²⁵.

²⁰ Ténue camada que esconde a cor do barro de que a peça é fabricada (Villas-Boas, 1948: 260).

²¹ Local de onde se extrai o barro.

²² Roda de metal ou de madeira por onde passa uma corda ou corrente para facilitar a manobra de içar volumes.

²³ Lugar onde o barro é amassado; consiste num espaço circular de aproximadamente 5 metros de diâmetro, calçadado e delimitado por um rebordo de cerca de 20 cm de altura (Villas-Boas, 1948: 258). Em Areias São Vicente, era assim designado o local onde o barro era pisado pelos bois e pelas pessoas que colaboravam nessas tarefas. (Remelgado, 2005: 163).

²⁴“Na preparação do barro no aloque, trabalhavam, em simultâneo, três pessoas: uma chamava os bois, outra tangia-os e a terceira, com uma sachola, ia virando o barro, fazendo as beiras, trabalho atribuído a uma mulher (...) Cascos de bois e pés nus dos trabalhadores, deixavam o barro proto a ser arrumado...” (Município de Barcelos, 2006a: 41).

²⁵ Recipiente de forma alongada, em madeira de pinho, utilizado para pisar o barro com um martelo de madeira: o mascoto (Remelgado, 2005: 172)

Aqui esmigalhavam-se os fragmentos com um mascoto²⁶ e numa segunda fase com as mãos, até o barro ficar com a elasticidade necessária para ser trabalhado. Uma vez terminada esta fase, o barro era guardado no coberto que, normalmente, também ficava junto à casa do oleiro.

A roda do oleiro terá surgido na Mesopotâmia pelo V milénio a.C. Os povos que viviam na Península Ibérica terão tomado contacto com a roda de oleiro por volta de 500 a.C. Em Portugal terá sido introduzida durante a Idade do Ferro, permitindo um maior progresso técnico e marcou sobretudo a zona geográfica do Douro, Trás-os-Montes e Beira Alta. Antes da utilização da roda, o oleiro trabalhava numa plataforma fixa e girava em volta da mesma para poder formar a peça (*Ibidem*, 49).

Com a criação de uma base giratória, a roda passou a estar assente num eixo e evoluiu para o trono como hoje o conhecemos. A implementação da roda de pé fez-se de sul para norte e de ocidente para oriente a norte da bacia do Mondego, zona associada a um barro fácil de moldar e ao uso de processos técnicos e de fornos primitivos ou de tipo romano (*Ibidem*, 49-50). No concelho de Barcelos ainda podemos encontrar em diversas oficinas a roda a pé, mas agora elétrica.

Para além das peças feitas à mão e com a roda, muitas peças são feitas com recurso ao molde. Inicialmente estes eram feitos de gesso e eram cheios por via líquida. Atualmente, o barro é inserido através de uma prensa dentro da forma.

Quanto ao processo de cozedura, inicialmente, as peças eram cozidas num forno a lenha e exigiam grande cuidado na sua disposição para não partirem. Hoje, a lenha foi substituída pela eletricidade e pelo gás, mas o cuidado a ter não é menor. O enforamento levava cerca de meio-dia. Depois do enforamento aquecia-se o forno durante cerca de meio-dia também com lenha. Nos fornos a lenha, as peças eram colocadas para que o fogo

²⁶ Utensílio de madeira semelhante a um martelo grande, utilizado para esmagar o barro no masseirão. Para reduzir o desgaste e garantir maior duração, a superfície de ataque apresenta-se cravada de grossas tachas de ferro (Fernandes, 1997: 8).

das cantareiras²⁷ se distribuísse à volta do forno, por meio de duas telhas, formando um tubo que orientava a chama. O período de cozedura dependia do tamanho da louça e do tipo de combustível e podia durar entre 3 a 5 horas. Normalmente fazia-se durante a noite (*Ibidem*, 51-52).

Para se saber se as peças estavam prontas, introduzia-se um pau na parte superior do forno, debaixo das telhas ou da chapa de zinco. Quando o pau se incendiava criava uma luz que permitia ver a cor da louça: se as peças estivessem brancas, estavam cozidas. Deixava-se o fogão arrefecer durante a noite e na manhã seguinte já se podia desenformar. No caso da louça vidrada, o processo era mais demorado, era necessário um dia de cozedura e outro para o forno arrefecer (*Ibidem*).

Atualmente trata-se de uma produção certificada que se tem reinventado nas formas e conceitos, face ao aparecimento de novos materiais e utensílios, mas mantendo a sua autenticidade como arte identitária do concelho de Barcelos. Todo este processo, bem como a história da olaria em Barcelos pode ser visitada no Museu de Olaria, que é um repositório vivo da memória olárica do concelho, um espaço único onde se vivenciam experiências de antigamente, mas também dos dias de hoje.

1.2. Expressão artística

A ‘Louça de Barcelos’ é, como já foi referido anteriormente, sobretudo, utilitária. Contudo, com o aparecimento do Figurado, a dimensão decorativa ganhou outra dimensão.

A produção do Figurado começou de forma subsidiária para distração dos mais pequenos, ou seja, com um objetivo lúdico. Com pequenos pedaços de barro, os oleiros faziam pequenas peças que coziavam entre os espaços vazios das grandes peças utilitárias, que até então eram produzidas. Estas figuras representam cenas de cariz religioso e festivo

²⁷ Orifício localizado no interior do forno, na zona da grade, cuja função é deixar circular o calor no interior do forno (Remelgado, 2005: 164).

(santos, presépios e cristos, etc.), referentes à vida quotidiana (profissões, pessoas, festividades, etc.), cenas do quotidiano (pessoas e animais), mas também do imaginário popular (diabos, figuras disformes) e na sua base era colocado um apito ou um instrumento musical como uma ocarina, uma gaita ou um rouxinol. O Figurado de Barcelos distingue-se de qualquer outra produção, assumindo características únicas, quer nas formas quer nas cores, onde se destaca o famoso Galo de Barcelos.

Os especialistas distinguem dois tipos de Figurado: o sortido e a estatuária. O Figurado Estatuária, comumente conhecido como Figurado, é a designação dada às peças de estatuária de expressão popular produzidas quase integralmente à mão. O Figurado sortido diz respeito às pequenas peças feitas em grandes quantidades com recurso a moldes (Museu de Olaria, 2013: s.p.).

Não é possível datar o início da produção do Figurado sortido, mas sabe-se que em Barcelos era muito abundante entre o início e meados do século XX. O Figurado remontará, pelo menos, aos finais do século XVI, havendo notas de que o Frei Bartolomeu dos Mártires se terá referido aos bonecos de barro, durante o concílio de Trento, tese que Lapa Carneiro questiona (*Idem*).

À semelhança da louça utilitária, o Figurado era vendido por revendedores que compravam as peças diretamente ao artesão e uma boa parte da produção era depois vendida nas feiras. As feiras foram desde os anos 70 do séc. XIX aos anos 70 do séc. XX o principal veículo de venda dos artesãos. As mudanças culturais ocorridas durante os anos 70 do séc. XX influenciaram a comercialização das peças de cerâmica. O facto de cada vez mais pessoas terem acesso a estas peças levou à massificação de comportamentos e à alteração das preferências do consumidor. Contudo, criou-se paralelamente um nicho de mercado que continuava muito interessado no Figurado. Este novo interesse justifica a criação das Feiras de artesanato, normalmente, anuais. Ao mesmo tempo dá-se uma perda das referências nacionais e este tipo de artesanato é cada vez mais valorizado.

O Figurado é um instrumento da nossa cultura e história comum, que retrata em cada época, o seu tempo e as suas gentes. É uma forma popular de expressão artística que já passou por gerações como Ramalho, Esteves, Baraça, Mistério, Sineta e Côto e, hoje, continua ‘viva’ e se materializa através de seus descendentes e de outras famílias como Sapateiro ou Macedo. O futuro já tem continuação com uma nova geração de barristas: os Pias, Ferreiras, Farias, Dias, Oliveira. O Figurado, pintado ou vidrado, tem a capacidade ímpar de retratar a evolução da nossa sociedade ao longo dos tempos e as tradições que lhe estão subjacentes nos domínios cultural, etnográfico, económico e religioso, sem prejuízo da inovação e modernidade.

1.3. Narrativa: o caso de Rosa Ramalho.

Até meados do século XX, o Figurado era visto como uma arte menor. Mas com Rosa Ramalho, a peça/brinquedo deu lugar ao objeto de culto das elites citadinas. Esta mudança deve-se, sobretudo, a esta ‘velhinha’ muito simpática, muito humilde, como ainda hoje ouvimos descrever. Rosa Ramalho transportou o artesanato que se fazia em Barcelos para o mundo. Foi a artesã mais carismática da região de Barcelos, símbolo da capacidade criadora de Barcelos.

Rosa Barbosa Lopes nasceu a 14 de Agosto de 1888, no lugar da Cova, na freguesia de Galegos S. Martinho. Ficou conhecida por Rosa ‘Ramalho’ ou ‘Ramalha’²⁸ (Município de Barcelos, s.d.: s.p.).

Filha de Luís Lopes, sapateiro, e de Emília Barbosa, tecedeira, nunca pode frequentar a escola. Aos sete anos, para ganhar algum dinheiro, foi para casa de uma

²⁸ Recebeu o apelido ‘Ramalho’ ou ‘Ramalha’, como também era conhecida porque a “Sua avó, sempre que saía de casa, recomendava ao seu filho, aquele que veio a ser pai de Rosa, – “ não saias daqui, põe-te à sombra dos ramalhos!” – queria dizer que brincasse à sombra de umas árvores que existiam lá perto. Nasceu assim o apelido que se imortalizou com esta artesã barcelense – “Ramalho” (Município de Barcelos, s.d.: s.p.).

vizinha que modelava bonecos. Começou por fazer tiras para cestas, com o objetivo de imitar as ciganas, que faziam cestas em vime (*Idem*).

Aos 18 anos casou com António Mota, moleiro de profissão, e teve oito filhos. Durante o período em que esteve casada, Rosa Ramalho dedicou-se à criação dos filhos e ajudava o marido. O barro era apenas um passatempo que servia para entreter as crianças nas suas brincadeiras (*Ibidem*).

Quando o seu marido morreu, Rosa tinha quase 68 anos, abandonou a profissão de moleira e voltou a trabalhar no barro. A partir daí, começou a frequentar feiras e romarias, locais onde escoava facilmente os seus trabalhos, espalhadas por todo o país mas, principalmente, pela zona do Porto (*Ibidem*).

Rosa Ramalho foi descoberta na segunda metade da década de 1950, quando Alexandre Alves Costa, arquiteto e colecionador, juntamente com os seus colegas da Escola de Belas-Artes do Porto, e seguindo a intuição do pintor e professor António Quadros deslocaram-se a S. Martinho de Galegos à procura da arte popular. Foi assim que Alexandre Alves Costa conheceu Rosa Ramalho, que ainda não era conhecida.

Foi António Quadros quem retirou a arte e o nome daquela artesã do anonimato, depois de a ter visto, um dia, a fazer um boneco em barro com uma agilidade desconcertante, na feira das Fontainhas, no Porto. (...) O pintor desafiou-a, então, a fazer uma fornada, que ele próprio compraria. Foi o início de uma relação que duraria anos e o começo da segunda fase da vida de Rosa Ramalho como barrista, depois de se ter dedicado ao trabalho de moleiro até à morte do marido (Andrade, 2008: s.p.).

A partir de 1958, Rosa Ramalho começou a assinar as suas peças, a conselho de Jaime Isidoro, que desenhou “RR” num papel e lhe disse que aquelas duas letras significavam o seu nome e que seriam o suficiente para que as suas peças fossem reconhecidas e tivessem um símbolo de autenticidade. (*Idem*).

O primeiro Figurado que fez foi em chacota (barro por cozer), pintada com tinta verde, vermelha e azul não cerâmica, e em chacota sem pintura. Só mais tarde é que começou a fazer figurado vidrado, com cores, principalmente, castanho melado (*Ibidem*).

Fez inúmeras exposições por todo o país e além-fronteiras. Chegava a ser procurada por inúmeras pessoas, ilustres e anónimos, na sua própria casa, onde apreciavam e compravam as suas peças. Foi distinguida com vários prémios, dos quais destacamos a medalha “As Artes ao Serviço da Nação”, na Feira de Artesanato de Cascais, em 1964 e, ainda neste mesmo ano, com o Prémio do melhor conjunto de Figurado, no Concurso de Artesanato realizado em Barcelos (*Ibidem*).

Rosa Ramalho faleceu a 24 de Setembro de 1977 com 89 anos (*Ibidem*).

A Dra. Cláudia Milhazes, diretora do Museu de Olaria, descreve Rosa Ramalho como:

Uma barcelense com uma criatividade única. Inspirada pela realidade que a envolvia, modelava peças em barro que retratavam as cenas do quotidiano popular, mas para além de se inspirar no dia-a-dia, também produziu peças que faziam parte de um imaginário enigmático e original, como as feiticeiras, os diabos, os bichos informes, entre outras figuras que não fazem parte do mundo real.

Foi a sua originalidade que a distinguiu de outros barristas de Barcelos. E lhe deu um reconhecimento público até aos dias de hoje. Acrescenta, ainda, que “O reconhecimento mundial de Rosa "Ramalho" colocou a região de Barcelos no centro do mundo e ainda hoje muitos dos visitantes nacionais e internacionais do Museu de Olaria relembram esta barcelense como um símbolo nacional”.

Rosa Ramalho expôs também na Cooperativa Árvore, no Porto, que editou um texto de bastante interesse de Ernesto Veiga de Oliveira, no qual se descreve Rosa Ramalho como “ ... «uma velha jovem» artista (...) e que seus olhos vêm nas coisas que

olham: ironia e malícia, facécia que é pessimismo e troça, um sentido vivo do inverosímil da realidade...” (Município de Barcelos, 2006b: 28).

Com Rosa Ramalho surgem outros barristas seus contemporâneos, como Maria Sineta, Domingos Côta, Luísa Lopes, S. Bento e Armando Macedo Vale (Museu de Olaria, s.d.: s.p.).

A partir do reconhecimento do grupo de professores de Belas Artes do Porto, esta geração conquistou um novo estatuto e o Figurado assume uma nova função. “Se, até ali, todas as mulheres dos oleiros produziam sortido, agora passa a ser trabalho só de algumas (Município de Barcelos, 2006b: 45).

A partir deste momento, as peças de Figurado, que eram inicialmente produzidas para as crianças passam a ser produzidas para os adultos e, conseqüentemente, as produções tornam-se mais valiosas, bem como o estatuto de quem as produz. Esta valorização permitiu que os artesãos começassem a introduzir mais artigos religiosos nas suas produções, como Cristos, presépios, Virgem Maria ou procissões.

Fruto deste reconhecimento, Rosa Ramalho é lembrada e divulgada nas diversas exposições apresentadas nas salas de exposição do Museu de Olaria.

Numa primeira pesquisa relativamente à presença internacional do Museu de Olaria, verificamos que ela se fundamenta, em boa parte, na ‘descoberta’ de Rosa Ramalho, como figura emblemática da olaria tradicional portuguesa que teve eco no estrangeiro. Refere-se que, com a sua apresentação na Feira de Artesanato de Cascais, em 1968, “os seus trabalhos passaram a ser procurados por milhares de portugueses e estrangeiros” (artigo *wikipedia* sobre Rosa Ramalho, desde 2006). Na altura da morte de Rosa Ramalho, em 24 de setembro de 1977, “a população de Barcelos dirigiu, (...), uma proposta ao governo no sentido de transformar o barracão e o telheiro num museu de

cerâmica com o nome da barrista” (*ibidem*)²⁹, já havendo o Museu Regional de Cerâmica Popular, criado em 1963 (*vd.* Descrição da entidade: Anexo 1).

2. Olaria e Identidade Portuguesa:

2.1. Turismo Nacional e Musealização

À medida que o séc. XX avançou, as peças feitas na roda do oleiro deixaram de ser tão utilizadas, o que levou à musealização da cerâmica. Estas peças deixaram aos poucos a sua função original.

A tendência que já se verificava desde o séc. XIX de valorização patrimonial da cerâmica consequência da sua escassez fez com que a produção artesanal adquirisse novas funções, como a função decorativa (Município de Barcelos, 2006a: 37). Consciente desta realidade o oleiro adaptou-se às novas exigências do mercado. Por outro lado, a deslocalização da cerâmica das casas dos oleiros para os museus foi um sinal de que progressivamente deixaram de pertencer à vida quotidiana das populações para serem percecionadas enquanto herança patrimonial, com necessidades específicas de preservação e salvaguarda (*Idem*, 34-35).

À medida que se ganhava esta consciência de salvaguarda e preservação, as peças cerâmicas ganharam uma projeção nacional, sobretudo, potenciada pelo Estado Novo através da iniciativa de António Ferro. Fruto do nacionalismo do Estado Novo, algumas produções nacionais são recuperadas como símbolos identitários portugueses, com o objetivo de realçar as virtudes e o carácter singular do povo português.

Assim no ano de 1931, António Ferro e Artur Maciel³⁰ organizaram, no Estoril, o V Congresso Internacional de Crítica Dramática, Musical e Literária, e desejavam surpreender os congressistas estrangeiros com alguns brindes de arte popular. Artur

²⁹ Projeto ainda em processo (*vd.* Oliveira, 2007).

³⁰ Artur Maciel, nome profissional e literário de Artur Santiago Maciel da Costa, (1900-1977), foi um jornalista e escritor português (wikipedia).

Maciel escreveu a António Manuel Couto Viana, de Viana do Castelo, para que este lhe arranjasse os tais brindes em Barcelos ou Famalicão³¹ (Raimundo, 2015: 137).

Havia anos que o galo circulava pelas feiras sem qualquer valor representativo. Este surgiu associado à lenda de um peregrino galego que se dirigia para Santiago de Compostela para cumprir uma promessa. Pelo caminho parou em Barcelos e foi acusado injustamente de roubo e condenado à forca. Porém para provar a sua inocência disse ao juiz que seria tão certo o galo cantar, apesar de estar morto, como ele estar inocente. E o galo cantou. Anos mais tarde, o peregrino terá voltado à cidade para mandar construir um cruzeiro, como agradecimento.

O galo já circularia pelas feiras desde 1925 associado a esta lenda. Os críticos estrangeiros a quem os mesmos tinham sido oferecidos adoraram a oferta e divulgaram-na amplamente (*Idem*, 139).

Os primeiros galos tornados símbolos eram vermelhos por serem cozidos a elevadas temperaturas, mas António Ferro decidiu introduzir algumas alterações. O ‘novo galo’ adquire um pescoço mais esbelto e alto, crista e cauda mais desenvolvida e serrilhadas em dente de serra, de uma maneira menos aparente que o anterior denteado triangular. Este galo surgiu da inspiração do pintor de Barcelos, Manuel Gonçalves Torres, que apostou na atratividade do galo. Por isso, realçou a crista e a cauda do galo e estas podiam ser aproveitadas como suportes de decoração. O redesenho do Galo deve datar de cerca de 1955 e foi com a nova forma e uma nova decoração, tendo como motivo central corações vermelhos, que o galo de Barcelos foi cartaz turístico de Portugal e se divulgou através das revistas de decoração francesas e de outros países (Mimoso, 2008: s.p).

³¹ “Meu caro Manoel: (...) o Leitão de Barros (...) lembrou-se de distribuir aos congressistas bonecos de louças, aí do norte – Famalicão, Barcelos? (...) trata-se daqueles bonecos decorativos que só vendem nas feiras, bois, galos vermelhos e primitivos (...) Há uns grandes, muito curiosos, que o Leitão de Barros comprou uma vez no senhor de Matosinhos (...) Os bonecos são para pôr nas mesas de ceia e para dar aos congressistas. As cores mais vivas e variadas...” (Viana *in* Município de Barcelos, 2006b: 22).

Todavia, o Galo de Barcelos só passaria a ser um ícone de uma certa portugalidade no decorrer da Exposição do Mundo Português. Terá sido este o momento escolhido, devido à presença de milhares de nacionais e internacionais, para fazer do galo o ícone que hoje conhecemos (Raimundo, 2015: 140-141).

Nos primórdios com assobio (até à 1ª metade do século XX), até aos dias de hoje, grande, colorido, altaneiro e vaidoso, feito à mão ou com a ajuda da roda de oleiro, o Galo começou a correr mundo e a elevar o nome de Barcelos e de Portugal.

António Ferro ‘adotou’ o galo como símbolo de identidade nacional. Depois deste contacto, transformou-o num símbolo turístico. António Ferro foi uma figura muito importante no plano cultural do Estado Novo. Ele sabia que a cultura poderia funcionar como um poderoso instrumento de influência e controlo ao serviço do Estado. Deve-se a ele a descoberta do Artesanato Popular pelo Estado Novo através da campanha em favor do Galo de Barcelos como signo de identidade, tal como referimos anteriormente, na ‘História do Turismo em Portugal’, mas também o conceito de ‘Casa Portuguesa’.

Na Exposição do Mundo Português, em 1940, a cerâmica teve importante representação:

O ceramista João Macedo Correia chefiou, a convite do presidente da Câmara de Barcelos, a delegação de artesanato regional à Exposição do Mundo Português de 1940. Nessa importante exposição as louças pintadas à pistola, consideradas modernas, fizeram um grande êxito. No entanto, e apesar do sucesso, António Ferro não gostou e mandou mesmo retirá-las da exposição. Perante tal atitude João Macedo Correia decidiu abandonar o certame trazendo consigo toda a representação do artesanato de Barcelos (Câmara Municipal de Barcelos, 2006: 34).

Todavia, como referido, previamente, a procura por estas peças diminuiu e os artesãos apostaram na função decorativa destas suas peças, ao mesmo tempo que se desenvolve a tendência de musealizar a cerâmica.

Consciente desta realidade o oleiro adaptou-se às novas exigências do mercado:

Estes procuram, antes de tudo, evidências de uma memória cada vez mais distante, símbolos de produções que marcaram o passado de determinadas localidades, testemunhos da passagem por determinadas terras ou, simplesmente, o exotismo de determinados utensílios deixados para trás na voragem do tempo. Copos, púcaros, vinagreiros, assadores de castanhas ou mesmo bebedouros para as aves são, atualmente, peças de caráter sobretudo ornamental. (*Ibidem*).

Por outro lado, os museus, adaptando um discurso etnográfico, são organismos capazes de contextualizar as peças e contribuir para a sua preservação. Neste sentido, surgiram museus com este intuito: (i) ainda no séc. XIX surge o Museu Nacional de Arte Antiga³² que alberga a mais relevante coleção pública portuguesa desde pintura, escultura, ourivesaria e artes decorativas europeias, de África e do oriente (MNAA, s.d.); (ii) o Museu Nacional do Azulejo, bem mais recente, de 1983, que tem por missão recolher, conservar, estudar e divulgar exemplares representativos da evolução cerâmica e do azulejo, em Portugal (Museu do Azulejo, s.d.); (iii) Museu de Olaria de Barcelos, que é o museu de estudo desta tese.

O Museu de Olaria nasceu numa região de fortes tradições cerâmicas e foi criado após a doação de uma valiosa coleção recolhida pelo etnógrafo barcelense Joaquim Selles Paes de Villas Boas à Câmara Municipal de Barcelos (Dias; 2001: 29).

Já foi "Museu Regional de Cerâmica", também "Museu de Cerâmica Regional Portuguesa", mas o alargamento das suas coleções à olaria nacional fez com que adotasse a designação pela qual é conhecida atualmente "Museu de Olaria" (*Idem*).

O Museu de Olaria ocupa o edifício da antiga “Casa dos Mendanhas Benevides Cyrne”, situado em pleno centro histórico de Barcelos, tendo sido adquirido pela Câmara Municipal em 1982 (Município de Barcelos; s.d.: 5).

Iniciou-se com coleção particular, que compreendia três conjuntos: o da cerâmica barcelense (olaria e figurado); o dos artefactos de barro de outras proveniências e o dos demais objetos etnográficos. Na sequência desta oferta, foi proposta a criação de uma

³² MNAA.

“Sala de Artes Regionais” onde seriam expostos os objetos doados por Sellés Paes (*Ibidem*).

Entre 1967 e 1970 são incorporadas importantes coleções de olaria de Beringel, Cangamba, Açores, Praia do Bebé e Luanda, que fazem com que a designação do museu passe a ser Museu de Cerâmica Popular Portuguesa (*Ibidem*).

Paralelamente, verifica-se o aumento do acervo da biblioteca especializada (Dias, 2001: 30).

Entretanto a investigação adquire importância significativa. Os trabalhos de campo realizados nos centros olários aproximam e dão origem a um conhecimento mais aprofundado da realidade local, bem como a obtenção de coleções de peças (Município de Barcelos, s.d.: 5).

Em 1982, o espólio do museu, que se encontrava até à data numa pequena sala do Paço dos Condes de Barcelos, passa para a Casa dos Mendanhas (Dias, 2001: 30).

Vd. **Anexo 1**

3. O Museu da Olaria e a Internacionalização do Turismo Cultural

A partir desse período, o Galo de Barcelos passa a ser um dos principais símbolos nacionais, projeção que aumenta com as sucessivas vagas de emigração que Portugal conhece. A verdade é que o português que emigra procura sempre levar consigo alguns símbolos que o aproximem de ‘casa’, como o vinho, o bacalhau, o azeite e o Galo de Barcelos. Este saudosismo foi também importante para a divulgação do galo, enquanto ícone português. Contudo, atualmente é necessário ir para além do saudosismo dos emigrantes para conseguirmos projetar a imagem da cidade de Barcelos e, por conseguinte, o Museu de Olaria. É com esse objetivo que apresentamos o glossário multilingue para novos públicos.

A presença internacional do Museu de Olaria fundamenta-se em boa parte, na ‘descoberta’ de Rosa Ramalho como figura emblemática da olaria tradicional portuguesa

que teve eco no estrangeiro. Refere-se que, com a sua apresentação na Feira de Artesanato de Cascais, em 1968, o seu trabalho tornou-se mais popular entre portugueses e estrangeiros.

Apesar de neste momento, o Museu de olaria não ter nenhuma parceria com nenhum congénere nacional ou internacional, esta perspetiva da internacionalização não foi descurada e o Museu de Olaria está intimamente ligado com o mundo lusófono, porque é um universo demográfico muito atrativo e conta com a facilidade de uma língua comum. Para além disso, o seu acervo conta também com coleções de cerâmica de países lusófonos como Angola, Brasil, Timor e Cabo Verde. Contudo, falar em internacionalização não significa apenas escrever os nossos textos em inglês. Podemos cumprir a internacionalização escrevendo em português estreitando as relações com o mundo da lusofonia, muito em particular com o Brasil, que cada vez mais visita Barcelos.

As parcerias com congéneres estrangeiros, já referidos anteriormente, são também muito importantes para a internacionalização do Museu de Olaria, não só na troca de conhecimentos, sinergias e experiências, mas também de projeção do nome e imagem de um museu único, que representa a vivência de um passado, mas que ainda hoje é atual, embora com protagonistas e funções diferentes.

Como referido anteriormente, os produtos turísticos devem ser compostos por uma oferta diversificada, diversos produtos e serviços, que tornem a viagem uma visita marcante. Neste sentido, o Museu de Olaria e, neste caso, o Município de Barcelos, como entidade gestora, deve integrar este espaço nos espaços promocionais que possui e nos concelhos vizinhos para que o Museu de Olaria seja projetado além-fronteiras. Prova disso são as iniciativas já feitas como através do Programa ‘Ver, Ouvir e Degustar’, que levou ao Aeroporto uma demonstração de artesãos de Olaria figurada, em parceria com o Museu da Olaria de Barcelos e com a Câmara Municipal de Barcelos, numa alusão às figuras dos presépios, no ano de 2013. Esta iniciativa teve lugar durante todo o dia na área restrita de

partidas e foi complementada com *ateliers* de olaria para crianças (iniciativa a cargo dos serviços educativos do museu).

Estas iniciativas têm tido um impacto muito positivo e, por isso, todos os anos se repetem. No entanto, não parece ter havido uma estratégia contínua de capitalizar este interesse estrangeiro pela olaria tradicional portuguesa, ligado ao respetivo colecionismo, e de consolidá-lo numa promoção turística multilingue de perfil museológico. Em termos de internacionalização, parece-nos um marco fundamental a Exposição da Arte Popular no âmbito da *Europalia Portugal 1991*, em Bruxelas (catálogo bilingue português / francês), três anos após o centenário do nascimento de Rosa Ramalho, em 1988, marcado pela publicação do romance³³.

Nem o catálogo da exposição de 2007 (Isabel Fernandes / Alexandre Alves Costa) no Museu da Olaria nem o artigo de Sérgio C. Andrade (2008) no *Público*, com uma espécie de ‘visita guiada’ virtual, atualmente integrado no *website* do Secretariado Nacional da Pastoral da Cultura (SNPC) (Andrade, 2008, s.p.), são traduzidos para outras línguas.

No âmbito da *wikipedia* constatamos que, relativamente a Rosa Ramalho existem atualmente artigos nas seguintes línguas (ordenados pela data da sua criação): espanhol (2009), francês (junho de 2011), catalão, galego, inglês e italiano (julho de 2011), quase sempre destacando “a fama que atravessa fronteiras”, por exemplo no artigo francês: “Sa joue à la fois spectaculaire et fantasque, dénotant une imagination prodigieuse, qu’il distingue de d’autres potiers et barrista et lui apporta une renommée qui a traversé les frontières.”

Desde 2007, existe um artigo wikipedia sobre o *Museu da Olaria*, no entanto só em português, que remete para Rosa Ramalho (não ao contrário).

³³ Uma ficcionalização rejeitada pela família. Posteriormente, curta-metragem documental de Nuno Paulo Bouça (*À volta de Rosa Ramalho*, de 1996).

Na atualidade, a questão da internacionalização e da respetiva criação de conteúdos e glossário multilingues adquire maior relevância. Num período em que vários países se confrontam com dificuldades económicas e elevadas taxas de desemprego, lemos nos órgãos de comunicação social que “...há boas notícias do sector do turismo...”. (Lusa/Sol; 2013a: s.p.). De acordo com esta notícia, a Organização Mundial do Turismo revela que, apesar da crise económica, a Europa continua a ser um dos destinos mais procurados. Ter mais visitantes significa não apenas um aumento dos lucros no turismo e hospitalidade, mas também mais empregos, o que é particularmente importante para economias fragilizadas, como é o caso de nosso país.

Portugal é um dos destinos que pode aproveitar o seu potencial turístico para projetar a sua imagem e tirar proveito de notícias que o apontam como sendo um dos melhores destinos de 2014, segundo indica a editora de guias de viagens *Lonely Planet*, surgindo na lista “best value”, dos países onde há melhor relação qualidade/preço (*Idem*).

O impacto da globalização no turismo gerou uma atividade cada vez mais global ao nível da procura, mas que procura cada vez mais uma oferta mais diversificada, isto é, marcada pelas características diferenciadoras de cada local. As viagens e o turismo constituem assim um mecanismo de internacionalização, ao qual o Museu de Olaria não pode ser alheio. Em primeiro lugar, os produtos turísticos surgem como combinações complexas de bens e de serviços sujeitos a princípios de atratividade e de diferenciação que se organizam e se estruturam com base numa referência territorial determinante. No seguimento desta procura por oferta constituída por diferentes produtos e serviços diferenciadores que tanto o turista nacional como o internacional procura, defendemos que o Museu tem que reunir condições para fazer parte dessa oferta, nomeadamente, através da disponibilização de recursos multilingues.

As viagens e o turismo configuram um canal de exportação de bens e serviços mas também um veículo específico de internacionalização de um local e como já referimos, previamente, revitalização do património e preservação de tradições.

Nas palavras da Dra. Cláudia Milhazes, diretora do Museu de Olaria, "...o Museu de Olaria pretende transmitir a imagem de um espaço inovador e dinâmico que se dedica à preservação e divulgação do património cultural das regiões oláricas nacionais e internacionais."

Esta missão estará sempre incompleta enquanto o Museu de Olaria não se preparar para receber os turistas com documentação disponível em várias línguas. Analisemos o exemplo da exposição permanente patente neste museu. A exposição está muito bem organizada, quer em termos de objetos disponíveis, de sequência, com um bom suporte audiovisual, mas sempre e apenas em Português. O visitante português fica muito agradado com a visita, mas e os 20% de turistas estrangeiros? O turista espanhol, francês, inglês, polaco, turco, que mensagem leva para casa?

Em Portugal, o setor do turismo continua a crescer e a cidade de Barcelos segue a tendência nacional. É necessário adaptar-se a novos públicos para captar visitantes nacionais, mas também internacionais. Contudo, apesar de já há muitos anos existir essa preocupação, os materiais de divulgação e de informação só começaram a ser disponibilizados na língua inglesa aquando da reabertura do museu, a 31 de agosto de 2014, uma vez que, nos quatro anos anteriores o museu esteve encerrado ao público. Se a direção do Museu pretende captar novos turistas, deve reunir condições para poder recebê-los da melhor forma. Neste sentido, a criação de um glossário multilingue poderá ajudar a suprimir esta falha comunicacional, mas também criar um instrumento de trabalho e de preservação de um património linguístico em vias de extinção.

No entanto, não parece ter havido uma estratégia contínua de capitalizar este interesse estrangeiro pela olaria tradicional portuguesa, ligado ao respetivo colecionismo, e de consolidá-lo numa promoção turística multilingue de perfil museológico.

Por outro lado, as artes populares enfrentam uma grande obstáculo: a produção em serie. A invenção de meios técnicos de reprodução em serie da arte fez com que a sua autenticidade fique em crise, dando origem à perda da *aura tradicional*, como consequência da sua multiplicação (Santos, 2014: 5).

A globalização económica, social, política e cultural torna-se cada vez mais presente e intensifica-se a partir dos anos 70, sobretudo, com o desenvolvimento das novas tecnologias. O conceito de ‘Aldeia Global’ encaixa-se perfeitamente neste contexto porque diz respeito à criação de uma rede ligações que encurtam as distâncias, facilitando as relações económicas e sociais. Contudo, a globalização vai muito além das relações económicas e financeiras. Através do acesso à internet, as pessoas podem de uma forma mais rápida conhecer outras culturas.

A globalização potenciou o intercâmbio cultural, o que permite ampliar a visão que as pessoas têm do mundo, que querem conhecer, muitas das vezes sem precisar sair de casa. Todavia, a globalização traz também inúmeras desvantagens, tornando as economias dos países mais vulneráveis às crises internacionais e a nível cultural, o facto de as culturas estarem tão acessíveis perdem muita da sua autenticidade. Por exemplo, os produtos característicos de um país passam a ser produzidos em série, onde a mão-de-obra é mais barata e com menores custos. Tal já acontece com o Galo de Barcelos, *made in China*.

4. Exemplo: «Olaria Norte de Portugal 2014» (PT – ING)

É consensual que a tradução não se pode resumir a uma simples passagem de um texto de uma língua para outra, mas trata-se da adequação de um texto de origem a uma cultura de chegada.

Traduzir implica muito mais do que ter um bom conhecimento de uma língua. Por conseguinte, os tradutores têm de reunir um conjunto de qualidades/características que façam destes bons profissionais e das suas traduções trabalhos de qualidade. Neste sentido, devem ter uma cultura geral muito abrangente, ser interessados por aprender línguas novas e suas culturas, viverem atentos ao comportamento e linguagens das diferentes pessoas que os rodeiam. Deve ser um cidadão atento. Por outro lado, deve fazer-se rodear por material de trabalho constantemente atualizado.

O tradutor pretende obter um texto final de qualidade, ou seja, uma tradução que não pareça uma tradução. A qualidade que este profissional ambiciona está muito relacionada com a uniformização de linguagem e a coerência terminológica que defendemos com a construção de um glossário multilíngue e que iremos abordar de forma mais desenvolvida no capítulo que se segue.

É importante o tradutor trabalhar para a uniformização dos conceitos, ou seja, criar uma linguagem uniforme, quer trabalhe individualmente ou em equipa. No primeiro caso, apesar da tradução ser feita pela mesma pessoa pode originar igualmente um conflito de termos; em segundo lugar, o trabalho em equipa é igualmente propício à utilização de vocabulário que não é uniforme. A coerência terminológica deverá ser, por conseguinte, uma das principais preocupações do tradutor.

No caso do Museu de Olaria, tal como foi confirmado pela Dra. Cláudia, nos últimos anos, nem sempre as exposições têm sido acompanhadas por materiais multilíngues. Contudo, é feito sempre um esforço no sentido de existir alguma informação em inglês, como é o caso da exposição temporária que esteve patente neste museu desde 17 de maio a 31 de dezembro de 2014. Tratou-se de uma exposição que representava os

mais importantes pontos oláricos a norte de Portugal. Nesta exposição podíamos encontrar peças de louça preta, louça vermelha fosca e louça vidrada de Parada de Gatim, Barcelos, Guimarães, Bisalhães, Mondrões (Vila Real), Vilar de Nantes, Selhariz (Chaves), Felgar (Torre de Moncorvo), Pinela (Bragança) e Gondar (Amarante).

Para esta exposição foram criados dois documentos, um em português, outro em inglês, que fazem a apresentação/descrição do tratamento e preparação do barro feito em cada um desses locais, bem como o tipo de utensílios produzidos em cada localidade.

Ao analisarmos comparativamente estes dois documentos confirmamos a informação de que estamos perante uma linguagem muito típica de uma região e que em alguns casos não é possível encontrar um equivalente na língua de chegada. Por isso mesmo identificamos algumas situações em que não se opta pela tradução, como nos exemplos que se seguem:

These pieces were fired inside *casetas*.

In the case of polished red pottery, *hidrocerames* and miniatures, *miudage*, were the main objects produced; in the case of polished white pottery, miniatures were the main objects produced.

Two kinds of clay were used, a fat one and a thin one. Once it was dry, the clay was grinded in a mill, sieved and kneaded with water inside the *kneading trough*; at this stage, the two kinds of clay were mixed and the *pélas* were made. Then, the potter placed the *péla* on the *fingidouro*, where the clay was kneaded once again.

Figura 3: Exemplos do uso de termos em português na tradução inglesa.

Fonte: Município de Barcelos, 2014: s.p³⁴.

³⁴ Ver em anexo.

No primeiro exemplo não temos a versão em português, por isso, consideramos esta informação um acréscimo. Identificamos também dois termos: ‘casetas’ e ‘miudage’ sem tradução nem nenhuma nota explicativa.

No segundo exemplo encontramos dois cenários diferentes: (i) o tradutor optou por traduzir vocabulário muito específico, como ‘maseirão’ que é traduzido como *kneading trough*. Esta situação é recorrente. Na maior parte das vezes, o tradutor optou pela tradução do vocabulário mais específico como ‘mascoto’ traduzido como *stamper* ou ‘pisão’ como *beetle*; (ii) o tradutor opta por deixar os termos ‘pêla’ e ‘fingidouro’ na língua original. Qual terá sido a razão de ter deixado estas marcas do texto de partida? Terá sido intencional? Se o fez, talvez tivesse sido mais vantajoso ter acrescentado uma pequena descrição do respetivo termo para um melhor entendimento. Tal já acontece no exemplo que se segue:

The potters mixed two different kinds of clay, in proportions defined by experience. The clay was *thumped* with a sharp point tool, sieved inside the *trough* and mixed with water, creating the *massucos* – amount of clay ready to be used o the wheel.

Figura 4: Exemplos do uso de termo português em tradução inglesa com nota explicativa em inglês.

Fonte: Município de Barcelos, 2014: s.p.

Defendemos que este último exemplo será a melhor opção porque conseguimos deixar alguma marca da língua portuguesa, que aproxima a tradução da realidade que retrata, mas ao mesmo tempo ajuda o leitor a compreender essa mesma realidade.

No exemplo que se segue surge ‘calco’ ou ‘aloque’, sem uma breve explicação do que representam.

At the workshop, the clay was placed in the *calco* or *aloque* where it was pecked at with a hoe. Then it was soaked with water, and remained like that for some time until it was properly moistened. After that, the clay was kneaded with oxen's paws and, once it was well kneaded, was thrown at the wall so that the excess water was released from the paste. In a later stage, it was bent in the *bender*. The potter would then make cones of clay that he would take to the wheel in order to start working on the pieces.

Figura 5: Exemplos do uso de termo português em tradução inglesa.

Fonte: Município de Barcelos, 2014: s.p.

Assim, na nossa opinião, a tradução ficaria mais completa com o recurso a uma nota explicativa, ou seja, “At the workshop, the clay was placed in the *calco* or *aloque*, place where the clay is bended, where it was pecked at with a hoe.”

Noutro exemplo, o tradutor recorreu à omissão. Acreditamos que o fez por não ter encontrado um equivalente.

Silvino da Silva made *pitchers, bowls, coffeepots, saucepans, demijohns, jugs, mugs, tubes*, and pieces where of a very high quality. However, apart from this production that was necessary in order to satisfy the needs of a rural population, he took delight in creating pieces determined by his fertile imagination.

Figura 6: Exemplos de omissão da tradução do termo ‘tanha’

Fonte: Município de Barcelos, 2014: s.p.

A coerência terminológica é garantida, nomeadamente, através da utilização de memórias de tradução e de bases de dados terminológicas. No documento analisado nem sempre esteve presente como podemos constatar pelo uso de diferentes traduções para o mesmo termo. Por exemplo, ‘masseirão’ é traduzido como *kneading trough*, mas também como *wooden bowl*. Outro exemplo da mesma situação é ‘peneirar’ para o qual

são utilizados *sieve* e *sift*. Não estamos a afirmar que a tradução está errada, mas se pretendemos atingir uma coerência terminológica, temos de utilizar para o mesmo termo a mesma tradução, sem variações.

Sobre a coerência terminológica iremos falar no capítulo que se segue.

Capítulo V – A Questão da Terminologia

Este capítulo tem por objetivo abordar o conceito de Terminologia; a importância da consistência terminológica apoiada numa gestão terminológica eficiente e baseada numa abordagem centrada no conceito (*concept-based approach*); o papel do terminólogo e as suas competências; a modelagem de entradas terminológicas conforme esta abordagem; o trabalho terminológico desenvolvido no âmbito deste projeto.

1. O conceito de Terminologia

Desde sempre o homem procurou padronizar os nomes dos objetos que o rodeavam para facilitar a comunicação. Era necessário uniformizar conceitos para melhor comunicar. Esta necessidade levou à criação de uma área com esse objetivo, o que só aconteceu na segunda metade do século XX: a Terminologia (Martins, 2007: 23).

Cabré (1995: s.p.) afirma que a Terminologia é um termo polissémico, sobretudo, devido aos seus fundamentos, abordagens e aplicações práticas. Neste sentido, tentaremos encontrar uma definição que nos ajude a entender o significado e abrangência da Terminologia e, assim, dar a conhecer o trabalho terminológico que está na base da criação do glossário multilingue do Museu de Olaria.

Dobbertin e Prüller (2001: s.p.) definem a Terminologia como um conjunto estruturado de conceitos e termos usados para representar uma determinada área e estes partilham da mesma opinião de Pavel e Nolet (2001: vii), ao identificar a Terminologia como uma ciência que estuda conceitos e termos.

Segundo Pavel e Nolet (2001: vii), a Terminologia pode ser definida como “The set of special words belonging to a science, an art, an author, or a social entity.” Esta primeira definição remete-nos para um conjunto de palavras técnicas de uma determinada ciência, arte, autor ou grupo social, como o caso da Terminologia automóvel ou náutica. Contudo, os mesmos autores salientam que, num sentido mais restrito, a Terminologia é

uma disciplina que se dedica ao estudo de conceitos e termos usados numa 'língua especializada'.

1.1. Terminologia: dimensão cognitiva e dimensão linguístico-comunicativo

De acordo com Sager (1990: 13) "...approaching the study of terminology from its cognitive dimension requires an understanding of the structure of knowledge in order to obtain as complete and coherent a picture of the nature, behaviour and interaction of concepts and their associated terms as possible". A dimensão cognitiva permite obter a representação conceptual de uma dada área do conhecimento, de forma a poder defini-la e distingui-la relativamente a outras áreas do saber. Esta representação é dinâmica e está em constante reformulação, uma vez que retrata o estado atual do conhecimento tal como é reconhecido e partilhado pelos membros de uma comunidade de especialistas (Remígio *et alli*, 2006: 86). Esta dimensão está presente no nosso trabalho terminológico, uma vez que o glossário representa uma determinada área conceptual e estará em constante atualização seja com novas informações sobre os conceitos já registados ou com o aparecimento de novos conceitos e respetivos termos.

Por outro lado, a dimensão linguístico-comunicativa da Terminologia estuda as características e o funcionamento dos termos presentes nos discursos produzidos por uma comunidade de especialistas. Estes termos são constituídos por uma denominação, que normalmente é de natureza linguística (*Idem*). Para a elaboração do glossário sobre olaria tivemos também que realizar um estudo prévio recorrendo a bibliografia sobre a área, bem como conhecer um pouco o funcionamento de todo o processo oleiro: desde a criação das peças ao processo de cozedura e venda. Visitámos algumas oficinas de olaria, falamos com os artesãos. Conhecer a funcionalidade de cada peça e o contexto em que se insere facilitar-nos-á a tradução dos termos.

A United Nations Educational (2005: 3) define Terminologia como uma área que “...investigates the structure, formation, development, usage and management of the terminologies in various subject fields, and that prepares the methodological foundation for many applications.” Esta última definição destaca a Terminologia como uma ciência que investiga a estrutura, formação, desenvolvimento, utilidade e gestão de terminologias nas várias áreas de intervenção. Trata-se, por isso, de uma ciência interdisciplinar.

2. Gestão terminológica

De facto, trabalhar com Terminologia exige um conjunto de procedimentos, tais como identificar os termos que designam os conceitos próprios de uma área, atestar a sua aplicação, descrevê-los com precisão, distinguindo o uso correto do incorreto, recomendar ou desaconselhar certos usos, com o objetivo de facilitar uma comunicação isenta de ambiguidades (Pavel e Nolet, 2001: viii).

A Terminologia é uma disciplina da Linguística Aplicada, que compreende o trabalho em lexicografia especializada, tradução, redação e ensino de línguas (*Idem*, vii). Em consequência desta estreita relação entre disciplinas, muitos terminólogos adquiriram experiência em tradução e em escrita técnica, especializando-se numa área de conhecimento (direito, medicina, eletrónica, entre outros). Esta especialização torna-se cada vez mais importante, uma vez que o conhecimento dos conceitos específicos e da Terminologia utilizada num determinado ramo é um precioso trunfo profissional. (*Idem*, vii-viii).

3. O terminólogo

Ter conhecimentos sobre gestão terminológica pode ser uma particularidade diferenciadora de outros profissionais, como no caso dos tradutores.

Cabré (2000: 20-21) afirma que “(...) un terminólogo puede ser el investigador que trabaja sobre la disciplina, o el lingüista o el especialista que elabora diccionarios o realiza trabajos puntuales; un terminólogo puede ser el agente cultural o lingüístico dedicado a la implantación de la terminología en un ámbito determinado de actuación.” Desta forma, a autora aponta que o terminólogo pode ser um especialista que desempenha tarefas distintas, por isso, deve ser um especialista interdisciplinar.

Sebastião Filho (2010: 1) confirma que um terminólogo pode vir a ser um especialista procedente de qualquer área (Linguística, Inteligência Artificial, Tradução, Ciências da Informação) e, por isso, apresenta conhecimentos diferentes consoante a sua área de formação. Por outro lado, Krieger (2006:157) afirma que o terminólogo pode não ter tido, obrigatoriamente, formação específica em Terminologia, cursos que não são muito fáceis de encontrar: “Dessa forma, o “nosso terminólogo” corresponde a um profissional que lida com termos técnicos de diferentes formas e com finalidades pragmáticas distintas.” (*Idem*). Por isso, a mesma autora defende que poderemos ter tradutores-terminólogos e documentalistas-terminólogos porque cada uma destas funções exige conhecimentos interdisciplinares, seja o tradutor que tem de possuir competências para reconhecer e transpor para a Língua de Chegada (LC) os termos presentes no seu texto de partida, ou no segundo caso, na medida em que, ao serem empregados como descritores, os termos ajudam a recuperar a informação (*Ibidem*).

3.1. Competências do terminólogo

São diversas as competências que o terminólogo deve adquirir ao longo da sua formação, bem como no seu trabalho. Hoje, os conhecimentos do terminólogo devem ir além do conhecimento de teorias e de metodologias de análise e de descrição do termo e do conceito. Este deve (i) conhecer o mercado de trabalho, o seu funcionamento, as suas necessidades e as suas exigências. Por conseguinte, o terminólogo deve ser um (ii)

especialista polivalente, que possa desempenhar várias atividades ligadas ao tratamento da informação; (iii) ser inovador, isto é, deve estar atento às mudanças e às evoluções que dizem respeito à organização do conhecimento, com o objetivo de desenvolver metodologias para identificar e para sistematizar essas evoluções; (iv) ser visionário, sendo sensível às necessidades das organizações em relação à disponibilização da informação e assim conseguir antecipar as respostas antes das mesmas surgirem (Filho, 2010: 6); (v) dominar o processo de modelagem de informação, durante o qual se define a estrutura da ficha terminológica; (vi) ter conhecimentos sobre novas tecnologias aplicadas ao trabalho terminológico, trabalho que, inicialmente, era realizado à mão. Contudo, com o avanço das novas tecnologias, nomeadamente, da internet, o terminólogo deverá saber utilizá-las de forma a assegurar ganhos de produtividade e qualidade para a entidade para o qual trabalha.

O domínio das novas tecnologias é essencial para uma melhor gestão terminológica. Atualmente, a gestão terminológica é apoiada por diversas ferramentas e recursos terminológicos, a maior parte *software* terminológico de aplicação, de domínio público e privado, usado para a criação de terminologias monolíngues ou multilíngues (United Nations Educational, 2005: 3).

O investimento em bases de dados terminológicas consistentes traz vantagens para os mais variados setores, incluindo o setor empresarial (DICIONÁRIO MÉDICO³⁵, ELETROPEDIA³⁶), institucional (UNTERM³⁷, IATE³⁸), cultural³⁹ e turístico (FATOS E FATOS⁴⁰;

³⁵ DICIONÁRIO MÉDICO: dispõe de quase 10.000 termos médicos para consulta, usando uma linguagem fácil e acessível. Base de dados disponível em: <http://www.xn--dicionariomdico-0gb6k.com/>.

³⁶ ELETROPEDIA: base de dados terminológica sobre a área elétrica e eletrónica, com mais de 20.000 termos, disponíveis em inglês e francês. Base de dados disponível em: <http://www.electropedia.org/>

³⁷ UNTERM: base de dados de terminologia multilíngue das Nações Unidas (ONU) disponível em árabe, chinês, espanhol, francês, inglês e russo. Base de dados disponível em: <http://unterm.un.org/>.

³⁸ IATE reúne numa única plataforma toda a terminologia da União Europeia (UE). É uma base de dados única que permite aceder a traduções em 24 línguas.

Base de dados disponível em: <http://iate.europa.eu/switchLang.do?success=mainPage&lang=en>.

³⁹ A título de exemplo refira-se o glossário sobre arte do Museu Machado Castro. Base de dados disponível em: <http://www.museumachadocastro.pt/pt-PT/colecoes/glossario/ContentList.aspx>.

⁴⁰ FATOS E FATOS: Estudos, pesquisa e dados sobre o setor do Turismo. Base de dados disponível em: http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/dadosefatos/espaco_academico/glossario/detalhe/A.html.

TOURISTERM⁴¹). Defendemos, por isso, que a criação de um glossário multilingue sobre o mundo da olaria será de utilidade, em termos de ganhos de produtividade, de qualidade e de acessibilidade para o Museu de Olaria.

4. Vantagens do uso de bases terminológicas

Para atingir os objetivos acima elencados, defendemos a implementação de uma estratégia de gestão terminológica⁴². Uma gestão terminológica eficaz e estandardizada com fixação/definição de convenções/normas a seguir na gestão terminológica poderá garantir as seguintes vantagens:

1. Evitar equívocos, ou seja, interpretações erradas de determinados conceitos.

Um conceito pode ser definido de forma diferente dependendo da área de conhecimento.

Encontramos, por exemplo, casos de homonímia⁴³ e polissemia⁴⁴.

Termos do glossário	Termos homónimos ou polissémicos
<u>Baliza:</u> “Medida, escala que os oleiros usam quando principiam a trabalhar com a roda” (Villas-Boas, 1948: 257).	<u>Baliza:</u> “Marco, estaca ou objecto, que marca um limite” (Dicionário Prático Ilustrado, 1928).
<u>Barreira:</u> “Lugar de onde se extrai o barro” (Villas-Boas, 1948: 257).	<u>Barreira:</u> “Terreno argiloso. Lugar de onde se extrai o barro” (Dicionário Prático Ilustrado, 1928).
<u>Buço:</u> “Borda da cântara de barro, em Guimarães” (Ribeiro 1925 <i>cit in</i> Freitas & Macedo, 1996: 141).	<u>Buço:</u> “Primeiros cabellos finos escuros, que nascem no lábio superior do homem e de algumas mulheres “ (Dicionário Prático Ilustrado, 1928).
<u>Búzio:</u>	<u>Búzio:</u>

⁴¹ TOURISTERM: Base de dados da Organização Mundial de Turismo disponível em inglês, francês, russo, espanhol e árabe. Base de dados disponível em: <http://www.unwto.org/trad/index.php>

⁴² Contudo, o simples uso de uma base terminológica não garante, necessariamente, consistência terminológica.

⁴³ Palavra ou termo que tem a mesma forma de uma outra, mas significado diferente. Exemplo: manga (fruta), manga (de camisa, de paletó, de blusa) (Pavel & Nolet, 2001: 123).

⁴⁴ “A relationship between designations and concepts in a given language in which one designation represents two or more concepts sharing certain characteristics” (Pavel & Nolet, 2001: 113).

“Corpo do Cântaro” (Museu de Olaria, 2007).	“Concha univalve, de forma cônica ou espiral, pertencente a molusco gasterópodo” (Dicionário Prático Ilustrado, 1928).
<u>Cerâmica:</u> “Fábrica de telha (Villas-Boas, 1948:263); Oficina onde se fabricavam as telhas” (Remelgado, 2005:177).	<u>Cerâmica:</u> “Arte de fabricar vasos e outros objectos de barro ou de outra substância congénere (Dicionário Prático Ilustrado, 1928).
<u>Forcado:</u> “Instrumento de ferro, com punho de madeira, utilizado para meter lenha na caldeira” (Remelgado, 2005: 169).	<u>Forcado:</u> “Utensílio de lavoira, formado de uma haste de pau, terminada em duas ou três pontas do mesmo pau ou de ferro” (Dicionário Prático Ilustrado, 1928).
<u>Furo:</u> “Instrumento de madeira, utilizado na decoração das peças” (Remelgado, 2005: 170).	<u>Furo:</u> “Desharmonia, nas côres de um quadro. Últimos toques, em alguns pontos de um quadro ou de uma escultura (Dicionário Prático Ilustrado, 1928).
<u>Lareira:</u> “Instrumento de madeira utilizado para levantar a lenha durante o processo de cozedura” (Remelgado, 2005: 170).	<u>Lareira:</u> “Laje do lar, em que se acende o fogo” (Dicionário Prático Ilustrado, 1928).

Tabela 2: Relações homónimas e polissémicas.

Fonte: Elaboração própria.

A ambiguidade e a falta de conhecimento sobre alguns destes conceitos pode dar origem a algumas confusões. De facto, a gestão terminológica e a standardização garantem a consistência terminológica.

2. Facilitar a comunicabilidade entre os pares, uma vez que não há necessidade de, individualmente, cada profissional fazer a sua própria Terminologia, mas poder aceder a uma base de dados comum a toda a entidade.

3. Evitar perdas de tempo, por exemplo, na preparação e realização de visitas guiadas ao Museu. O guia que pretenda realizar uma visita a este espaço terá ao seu dispor um conjunto de informações que facilitará o seu trabalho, nomeadamente, na tradução de vocabulário muito específico que se encontra no nosso glossário. A tradução poderá

tornar-se assim um processo mais rápido e, ao mesmo tempo, podemos diminuir os custos de tradução.

Português	Inglês	Espanhol
<p><u>Masseira:</u> “Recipiente de madeira de pinho, feito com tábuas, com fundo rectangular e paredes trapezoidais, utilizado para misturar a água e a argila, a boca é maior que o fundo” (Fernandes, 1997: 8; Remelgado, 2005:172).</p>	<p><u>Dough:</u> Pine wood container made of boards with a rectangular bottom and trapezoidal walls used to mix water with clay. The opening is larger than the bottom.</p>	<p><u>Artesa:</u> Recipiente de madera de pino, hecho con tablas con fondo rectangular y paredes trapezoidales, utilizado para mezclar agua y arcilla. La boca es más grande que el fondo.</p>
<p><u>Monelho:</u> “Saco com palha utilizado pelas mulheres na zona do pescoço, como suporte à molhada” (Remelgado, 2005: 173).</p>	<p><u>Monelho:</u> Bag with straw used by women in the neck region to support the batch of pitchers they transported on their head.</p>	<p><u>Monelho:</u> Bolsa de paja utilizada por las mujeres en la zona del cuello para soportar la hornada de cántaros que ellas transportaban en la cabeza.</p>
<p><u>Piso:</u> “Tronco de carvalho, escavado, utilizado até meados do século XX. Era utilizado para esmagar os toros de argila, batidos com um pico, na preparação do barro para a modelação. Aqui eram misturadas as duas qualidades de barro, o forte e o fraco” (Remelgado, 2005: 175).</p>	<p><u>Piso:</u> Carven oak trunk, used till the middle of the 20th century. It was used to smash the clay, beaten by a sharp pointed tool. Here two qualities of clay were mixed, the strong one and the weak one.</p>	<p><u>Piso:</u> En tronco de roble excavado, utilizado hasta mediados del siglo XX. Era utilizado para aplastar pedazos de arcilla con un instrumento metálico durante la preparación del barro para la modelación. Aquí mezclaban dos calidades de barro: el fuerte y el flaco.</p>
<p><u>Roda:</u> “Conjunto de peças formando uma máquina em que o oleiro fabrica a louça” (Villas-Boas, 1948: 263).</p>	<p><u>Wheel.</u></p>	<p><u>Torno de pie.</u></p>

Tabela 3: Vocabulário específico necessário durante uma visita.

Fonte: Elaboração própria.

4. Diminuir os custos de produção. A partir do momento em que existe uma base de dados terminológica consistente e rigorosa, esta passa a ser utilizada por toda a equipa de trabalho e assim já não é necessário despendermos tempo na criação de uma base de dados pessoal.

5. Criar uma linguagem comum. No caso do nosso glossário encontramos vários exemplos de sinonímia, ou seja, termos diferentes que designam o mesmo conceito, senão vejamos os seguintes exemplos:

<u>Louça Tapada</u> “Louça que tem o seu corpo mais largo que a boca. Infusa, talha, vinagreira, etc.” (Villas-Boas, 1948: 261).	O mesmo que (=)	Louça Fechada
<u>Pilhas</u> “Monte de barro; lotes de barro; montes de lenha” (Remelgado, 2005: 176).	=	Rumas
<u>Pisão</u> “Utensílio de madeira semelhante a um martelo grande, utilizado para esmagar o barro no masseirão. Para reduzir o desgaste e garantir maior duração, a superfície de ataque apresenta-se cravada de grossas tachas de ferro” (Fernandes, 1997: 8).	=	Mascoto
<u>Rever</u> “Designação atribuída ao cântaro quando ele está a verter, a deixar cair o líquido que contém, por qualquer fenda ou orifício” (Remelgado, 2005: 165).	=	Ceivar
<u>Sebar o barro</u> “Operação que se faz ao barro no vergadoiro (Villas-Boas, 1948: 264); ato de amassar o barro sobre uma tábua de madeira, colocada sobre uma pedra de granito ou sobre uma estrutura também de madeira, de forma que	=	Vergar o barro

este adquira a consistência necessária que lhe permite ser trabalhado pelo oleiro” (Remelgado, 2005:178).		
<u>Tacelo</u> “Parte dos moldes (Villas-Boas, 1948: 261); pequenos bocados de gesso encaixados nos moldes” (Remelgado, 2005:173).	=	Nicho
<u>Talhadeira</u> “Instrumento de madeira de buxo ou cerejeira, ou ainda de inox, utilizado pelo oleiro para fazer subir o barro; possui vários formatos” (Remelgado. 2005: 164).	=	Canivete/Puxador/Puxadeira

Tabela 4: Exemplos de sinonímia.

Fonte: Elaboração própria.

Quando é encontrado um conjunto de termos que podem ser substituídos no mesmo contexto, é necessário definir qual será o *preferred term* (termo pelo qual pretendemos que aquele objeto seja preferencialmente conhecido), em contraposição com o *deprecated term* (termo que deverá entrar em desuso). Esta decisão foi feita com base no glossário⁴⁵ que o Museu nos disponibilizou. No caso do Glossário do Museu de Olaria, pretendemos fazer essa distinção para que haja uma normalização de termos usados na documentação, no material de divulgação, no material de apoio às exposições ou em visitas guiadas. Contudo, esta distinção não deve colocar em causa um dos objetivos deste glossário: preservar a memória linguística e tornar-se um documento de consulta de uma linguagem que entrou em desuso. Não pretendemos que os termos definidos como *deprecated terms* sejam ‘esquecidos’, como aconteceria com qualquer outro tipo de

⁴⁵ Este documento é composto por um conjunto de vocábulos retirados de bibliografia diversa, onde consta a respetiva definição e bibliografia, apenas em português.

glossário num contexto empresarial, mas que sejam preservados. Por isso, pretendemos criar uma base de dados mais rica em comparação com bases de dados terminológicas empresariais. A recolha deste tipo de termos é importante e não deve terminar com o fim desta dissertação.

6. Evitar falhas de comunicação dentro da empresa. À semelhança de uma empresa, o Museu tem uma hierarquia, ou seja, está dividido em diversos setores (ver organigrama do Museu), que apesar do objetivo comum que os une integram profissionais com diferentes formações: desde restauradores, administrativos, engenheiros, guias e é necessário que falem a mesma linguagem. A utilização de dois termos diferentes para o mesmo conceito pode originar falhas de comunicação.

ORGANIGRAMA DO MUSEU



Figura 7: Organigrama do Museu.

Fonte: Museu de Olaria.

7. Melhorar a qualidade de textos produzidos. A adoção ou implementação de uma linguagem comum tem como resultado a produção de textos claros e não ambíguos.

8. Reutilizar a informação. Um dos objetivos da criação desta base de dados é torná-la uma base de consulta para que a informação que a constitui possa ser reutilizada

em exposições, material de divulgação ou visitas. Numa entrevista realizada por nós à Dra. Cláudia Milhazes, Diretora do Museu de Olaria, esta defende que:

A Terminologia na olaria é bastante explorada nas visitas guiadas ao museu, mas não só. A utilidade da Terminologia na Olaria também é importante para ser utilizada em material de divulgação, textos para revistas temáticas e textos informativos disponibilizados no *site* do museu.

9. Ultrapassar barreiras linguísticas e culturais na conquista de mercados internacionais. Os visitantes estrangeiros representam, mensalmente, cerca de 20% dos visitantes do Museu de Olaria, por isso, é importante trabalhar a estandardização/uniformização dos conceitos, que constam das mais diversificadas formas e recursos de comunicação com a comunidade de visitantes. A primeira questão prende-se com a decisão do que é que se vai traduzir, ou seja, quando não há equivalente para determinado termo na LC, assumimos o termo da Língua de Partida (LP) em todas as línguas? Por exemplo, como proceder no caso do termo ‘Figurado’⁴⁶, termo que não apresenta equivalentes nas LC do Glossário: utilizar o termo ‘Figurado’ e recorrer à definição do conceito na LC ou traduzir o termo? Qualquer que seja a decisão, é necessário que esta passe a ser uma norma adotada por todos com vista à obtenção da uniformização dos termos.

Neste ponto surge-nos um problema que está relacionado com a equivalência conceptual. Para realizarmos a tradução, recorreremos à metodologia de Jean-Paul Vinay e Jean Darbelnet (1995: 91), que defendiam que a tradução, embora tenha atributos de arte, pode também ser uma disciplina exata. Por isso elencaram algumas metodologias de suporte à tradução, das quais destacamos a equivalência. A equivalência diz respeito à recodificação de uma mesma realidade por processos estilísticos e/ou culturais diversos, tendo em conta a totalidade da mensagem (*Idem*).

⁴⁶ Boneco tosco de barro; nome extensivo aos bonecos (Villas-Boas, 1948: 260).

Com efeito, na tradução de textos especializados, o tradutor tem de concentrar, cuidadosamente, a sua atenção na vertente cognitiva do texto, para poder apresentar um trabalho final rigoroso e com qualidade (Manuelito e Santos, 2005: 451). Contudo, nem sempre conseguimos, ao longo do nosso trabalho terminológico obter equivalência conceptual. Com isto queremos afirmar que nem sempre encontramos na LC um conceito equivalente ao conceito da LP. O grande entrave à equivalência conceptual é o facto de estarmos a lidar com conceitos muito específicos de uma região e de uma determinada cultura. Analisemos o exemplo do conceito designado pelo termo ‘Figurado’. O conceito designado pelo termo inglês *clay figurine*, não representa a especificidade deste tipo de artesanato, por isso, não é totalmente equivalente ao conceito designado pelo termo ‘Figurado’. Existe uma correspondência parcial. No caso do espanhol, o conceito designado pelo termo *Muñeco tosco de barro* já está mais próximo do conceito designado pelo termo ‘Figurado’, por isso, podemos, neste caso, falar de equivalência (quase) total.

Português	Inglês	Espanhol
<u>Figurado</u> “Boneco tosco de barro; nome extensivo aos bonecos” (Villas-Boas, 1948: 260).	<u>Figurado</u> Clay figurine typical from Barcelos.	<u>Figurado</u> Muñeco tosco de barro; nombre donado a los muñecos.

Tabela 5: ‘Figurado’, exemplo de equivalência conceptual

Fonte: Elaboração própria.

10. Apoiar a criação e a definição de novos termos técnicos. A gestão terminológica propõe orientações para a criação de novos termos como a motivação semântica, transparência ou pertinência de um novo termo.

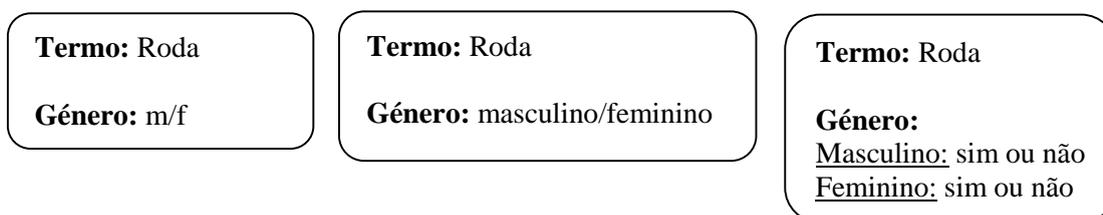
Destaca-se a importância da gestão terminológica como forma de potencializar: (i) a articulação entre as várias valências do Museu; (ii) a produção de conhecimento científico-cultural; (iii) a função socio-educativa deste espaço.

Cabré (1995: s.p.) afirma que a Terminologia é uma peça indispensável para a normalização plena de uma língua. Uma língua sem Terminologia própria não pode ser uma língua de cultura.

5. A ficha terminológica

A ficha terminológica é o modelo de apresentação de dados que reúne, em campos diferentes, toda a informação disponível referente a um conceito (Pavel e Nolet, 2001: 121).

Existem diferentes formas de representar a mesma informação terminológica. É necessário ter este aspeto em atenção quando criamos uma base de dados terminológica. A modelagem da estrutura de uma base de dados é uma fase nuclear e determinante para o sucesso do nosso trabalho terminológico. A mesma informação pode ser modelada de diferentes formas, como podemos constatar no seguinte exemplo:



Como podemos constatar a informação relativa ao género do termo que representa o conceito 'roda' pode ser representada de três formas diferentes. A modelagem de informação em uma base de dados terminológica centrada no conceito será abordada nas secções abaixo.

5.1. Abordagem orientada à palavra e abordagem orientada ao conceito

A criação das fichas terminológicas pode ser desenvolvida segundo duas diferentes perspectivas: a abordagem orientada à palavra (*word-based approach*) e a abordagem orientada ao conceito (*concept-based approach*). Na primeira abordagem, para cada

termo, que designa o mesmo conceito, deveremos inserir uma entrada⁴⁷ diferente, respeitando a ordem alfabética. Analisemos o seguinte exemplo, retirado do nosso glossário.

Entrada 1: *Aloque* – O m. q. calco (Remelgado, P. 2005:160).

Entrada 2: *Calco* –

Lugar onde o barro é amassado; consiste num espaço circular de aproximadamente 5 metros de diâmetro, calcetado e delimitado por um rebordo de cerca de 20 cm de altura (Villas-Boas, 1948: 258). Em Areias São Vicente, era assim designado o local onde o barro era pisado pelos bois e pelas pessoas que colaboravam nessas tarefas. (Remelgado, 2005:163).

Neste caso, *aloque* e *calco* são termos que representam o mesmo conceito. Contudo, usando a abordagem lexicográfica, para cada novo termo, tem que ser introduzida uma nova entrada, mesmo que se tratem de sinónimos ou acrónimos.

Já na segunda abordagem, *concept-based approach*, todos os termos relacionados com o mesmo conceito são inseridos na mesma entrada terminológica, como podemos ver no seguinte exemplo:

Entrada 1: *Calco* –

Lugar onde o barro é amassado; consiste num espaço circular de aproximadamente 5 metros de diâmetro, calcetado e delimitado por um rebordo de cerca de 20 cm de altura (Villas-Boas, 1948: 258). Em Areias São Vicente, era assim designado o local onde o barro era pisado pelos bois e pelas pessoas que colaboravam nessas tarefas. (Remelgado, 2005:163).

1a. *Aloque*

Esta segunda opção é considerada boa prática no que respeita a gestão e criação de bases de dados terminológicas por autores como Wright e Budin, uma vez que concentra toda a informação relativa ao mesmo conceito na mesma entrada, evitando dispersão. No caso do Museu de Olaria, como já referimos anteriormente, esta base de dados servirá

⁴⁷ (i) Termo registrado em uma ficha como designação do conceito em estudo; (ii) Termo que encabeça uma entrada Terminológica (Pavel & Nolet, 2007: 120).

também para recolher e preservar o património linguístico-histórico relacionado com a olaria.

Dentro de cada ficha podemos organizar toda a informação necessária para compreender um conceito e utilizá-lo da forma mais correta. Esta pode ser constituída por diversas categorias de dados⁴⁸, dependendo da área a que se refere, da informação que pretendemos compilar e do objetivo da nossa base de dados.

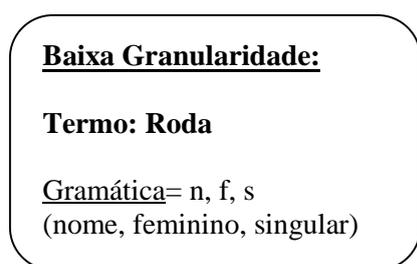
A unidade elementar de uma base de dados é o termo, que é associado a um conceito. O conceito é “a unit of thought, not bound to a particular language, but potentially influenced by a social or cultural background“ (Sager, 1990: 23). Já o termo é um símbolo que representa o conceito (*Idem*).

5.2. Granularidade

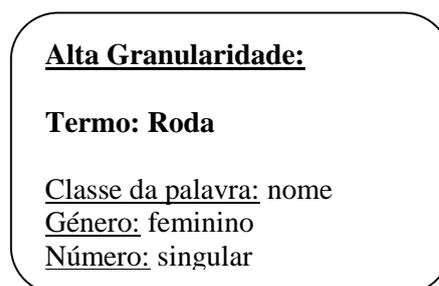
Outro ponto importante para a construção da nossa ficha é a granularidade, ou seja, o nível de informação usado para representar a informação terminológica. Um elevado nível de granularidade de informação facilita a troca de informações e a sua manipulação.

Observemos os seguintes exemplos:

Exemplo 1:



Exemplo 2:



No exemplo 1, verifica-se que a categoria de dados ‘Gramática’ do termo *Roda* contém informações de vária ordem: classe, género e número. Em contrapartida, no exemplo 2, para cada tipo de informação existe uma categoria de dados autónoma: a classe

48 “Data categories organize the data items which appear in individual terminological entries (ISO 12620).

do termo corresponde a uma categoria; o género corresponde a outra categoria; o número a outra categoria.

5.3. Três níveis diferentes de informação na ficha terminológica: *concept level, index level e term level*

O modelo de entrada terminológica a adotar no âmbito deste projeto baseia-se no modelo de ficha terminológica proposto por Wright e Budin (2001), que pode ser adotado na criação de bases terminológicas monolíngues e multilíngues. De acordo com o modelo de Wright e Budin, a ficha terminológica tem três níveis diferentes de informação: *concept level* (nível do conceito); *index level* (nível da língua) e *term level* (nível do termo).

No *concept level* podemos encontrar (i) o número da entrada; (ii) uma imagem; (iii) uma definição; (iv) outras informações importantes para a compreensão do conceito podem ser fornecidas noutras categorias como uma nota ou o contexto que também pode aparecer neste primeiro nível. Sempre que for inserida informação resultante de pesquisa deve ser inserida a fonte.

Ainda sobre a categoria de dados relativa à definição do conceito, esta requer uma especial atenção. Em primeiro lugar, esta pode surgir apenas num nível, ou se acharmos pertinente, em mais do que um nível. O terminólogo decide em que nível deve constar a definição do conceito. Essa definição poderá aparecer no *concept level* ou *index level*. Relativamente às características da definição, estas devem (i) ser curtas, claras, precisas e fornecer as características essenciais de um conceito; (ii) proporcionar o significado do conceito e não informar sobre o uso de um termo (Sager, 2000: 12); (iii) ser fidedignas; (iv) distinguir o conceito de outros conceitos vizinhos no mesmo sistema conceptual⁴⁹. Por outro lado, durante a criação de definições devemos optar por: (1) frases afirmativas: a frase diz o que é o conceito e não o que não é; (2) definições não circulares: a definição não deve remeter a outra definição; (3) ausência de redundância: a definição não é a

⁴⁹ Conjunto de conceitos estruturados de acordo com as relações lógicas que mantêm entre si (Pavel & Nolet, 2007: 130).

repetição do termo, mas uma descrição dos traços semânticos do conceito (Pavel e Nolet, 2001: 26).

No nosso glossário temos três *index levels*, correspondendo às três línguas representadas no Glossário: português, inglês e espanhol. O *index level* contém as seguintes informações: identificação do idioma; a definição do conceito; uma nota; o contexto, que pode exemplificar a aplicação do termo e, mais uma vez, não podemos esquecer a fonte. No caso de uma base de dados multilingue podemos ter tantos *index levels*, como o número de idiomas utilizados.

Cada um destes níveis possui um subnível a que chamamos *term level* e está relacionado com algumas características referentes a cada termo: classe da palavra: nome, verbo, etc; género: masculino ou singular; número: singular ou plural; estado: termo preferido ou não; tipo de uso: técnico, literário, etc; contexto.

'Concept level'	Número correspondente à entrada: Imagem: I-Fonte ⁵⁰ :	
'Index Level' (Português)	Língua: Definição: D-Fonte ⁵¹ : Contexto: C-Fonte ⁵² : Nota: N-Fonte ⁵³ :	
	'Term Level'	Termo: Classe da palavra: Número: Género: Tipo: Estado: Tipo de uso: Contexto: C-Fonte:
Index Level (Inglês)	Língua: Contexto: C-Fonte:	

⁵⁰ Fonte da Imagem.

⁵¹ Fonte da Definição

⁵² Fonte do Contexto.

⁵³ Fonte da Nota.

	Definição: D-Fonte: Nota: N-Fonte:	
	'Term Level'	Termo: Classe da palavra: Número: Género: Tipo: Estado: Tipo de uso: Contexto: C-Fonte:
'Index Level' (Espanhol)	Língua: Contexto: C-Fonte: Definição: D-Fonte: Nota: N-Fonte:	
	'Term Level'	Termo: Classe da palavra: Número: Género: Tipo: Estado: Tipo de uso: Contexto: C-Fonte:

Tabela 6: Exemplo de ficha terminológica
Fonte: Elaboração própria

De seguida, apresentamos um exemplo da estrutura da ficha terminológica do glossário que pretendemos desenvolver:

'Concept level'	<u>Número correspondente à entrada:</u> 1 <u>Imagem:</u>  <u>I-Fonte:</u> Remelgado, 2005: 1.
'Index Level'	<u>Língua:</u> Português <u>Definição:</u> Lugar onde o barro é amassado; consiste num espaço circular de aproximadamente 5 metros de

	<p>diâmetro, calcetado e delimitado por um rebordo de cerca de 20 cm de altura.</p> <p><u>D-Fonte:</u> Villas-Boas, 1948: 258</p> <p><u>Nota:</u> Em Areias São Vicente, era assim designado o local onde o barro era pisado pelos bois e pelas pessoas que colaboravam nessas tarefas.</p> <p><u>F-Nota:</u> Remelgado, 2005: 163</p>
	<p>‘Term Level’</p> <p>(i) <u>Termo:</u> calco <u>Classe da palavra:</u> nome <u>Número:</u> singular <u>Gênero:</u> masculino <u>Estado:</u> termo preferido <u>Tipo de uso:</u> olaria</p> <p>(ii) <u>Termo:</u> aloque <u>Classe da palavra:</u> nome <u>Número:</u> singular <u>Gênero:</u> feminino <u>Estado:</u> termo não preferido <u>Tipo de uso:</u> olaria</p>
<p>‘Index Level’</p>	<p><u>Língua:</u> <i>English</i></p> <p><u>Definição:</u> <i>Place where the clay is kneaded; it consists of a circular space with approximately 5 meters in diameter, cobbled and delimited by an rim of about 20 cm height.</i></p> <p><u>Nota:</u> <i>In Areias São Vicente, this was the place where the clay was stepped on by cows and people who collaborated in this work.</i></p>
	<p>“Term Level”</p> <p><u>Termo:</u> <i>kneading trough</i> <u>Classe da palavra:</u> <i>noun</i> <u>Gênero:</u> <i>masculine</i> <u>Estado:</u> <i>preferred term</i> <u>Tipo de uso:</u> <i>pottery</i></p>
<p>‘Index Level’</p>	<p><u>Língua:</u> <i>Español</i></p> <p><u>Definição:</u> <i>Lugar donde el barro es amasado; es un espacio circular con alrededor de 5 metros de diámetro, empedrado y con un reborde de alrededor de 20 cm de altura.</i></p> <p><u>Nota:</u> <i>En la parroquia de Areias de S. Vicente, este era el lugar donde el barro era pisado por los bueyes y por las personas que colaboraban en esas tareas.</i></p>
	<p>‘Term Level’</p> <p><u>Termo:</u> <i>era</i> <u>Classe da palavra:</u> <i>nombre</i> <u>Número:</u> <i>singular</i> <u>Gênero:</u> <i>masculino</i></p>

	<u>Estado:</u> <i>termo preferido</i> <u>Tipo de uso:</u> <i>alfarería</i>
--	---

Tabela 7: Exemplo de ficha terminológica orientada ao conceito
Fonte: Elaboração própria.

O trabalho terminológico não termina com a criação de uma base de dados porque a gestão de conteúdos terminológicos é uma tarefa contínua.

O terminólogo deve munir-se de material de trabalho atualizado e fazer por estar atualizado sobre a área em que trabalha (Pavel e Nolet; 2001: 9), seja através de enciclopédias, monografias, manuais universitários e técnicos, atas de congressos e colóquios, publicações especializadas e de divulgação, documentalistas e especialistas e participar em fóruns ou grupos de discussão especializados via Internet, entre outros.

Recentemente, a Terminologia tem servido a aplicações mais práticas e próximas da realidade. Com a explosão da informação, a diversidade de termos técnicos e científicos, que surgiram com as novas tecnologias, a necessidade de comunicação internacional mais eficiente e uma procura cada vez maior por rapidez e facilidade na recuperação de informações dispersas em inúmeras bases de dados, arquivos e outros meios eletrónicos, é necessário desenvolver bases de dados terminológicas mais exigentes (Dias, 2000: 91-92). Neste sentido, e em sequência da opinião da Dra. Cláudia Milhazes, Diretora do Museu:

O quotidiano dos oleiros e barristas (...) estão repletos de vocábulos que com o passar dos anos foram desaparecendo das conversas do dia-a-dia da população dos grandes centros urbanos. No entanto, todos esses vocábulos devem ser estudados e preservados como património cultural.

Por isso, o nosso glossário poderá contribuir para a preservação do património linguístico.

Com a criação deste glossário pretendemos também uniformizar os conhecimentos especializados do Museu de Olaria, indo ao encontro de um dos principais princípios da Terminologia, a uniformização (Pavel e Nolet, 2001: 29).

Um terminólogo pode herdar uma base de dados terminológica existente ou ser incumbido de criar uma. No nosso caso, o Museu já possuía uma, fruto do trabalho e pesquisa de Pedro Linhares, que havia realizado um estágio nesta mesma instituição.

Este glossário reúne dados que resultam da investigação de autores como Joaquim Sellès Paes de Villas-Boas, Patrícia Remelgado ou de Isabel Maria Fernandes. Esta última autora desenvolveu um estudo de mais de 30 anos centrado na olaria que culminou numa tese de doutoramento sobre a louça preta em Portugal e, como trabalhou durante muitos anos no Museu de Olaria, conseguiu reunir um conjunto de vocabulário determinante para o conhecimento sobre o barro e a sua envolvimento a nível nacional.

Esta autora realizou uma pesquisa que resultou num glossário monolíngue, onde aborda as formas, usos e costumes das louças que foi encontrando, tendo ela contribuído para o aumento do espólio do Museu de Olaria (Fernandes, 2012).

Perante uma base de dados existente, tivemos, em primeiro lugar, de familiarizar-nos com o documento e com as fontes utilizadas para a sua criação, com o objetivo de avaliar a sua qualidade e atualidade.

Nesta altura apercebemo-nos que uma das referências bibliográficas era dos anos 40, o que nos levou a algumas dúvidas relativamente à atualidade da mesma. Contudo, apercebemo-nos que a nossa base de dados terminológica poderia ultrapassar os objetivos de uma simples base de dados multilíngue: disponibilizar conteúdo terminológico em diferentes línguas, mas contribuir para a preservação de uma linguagem que caiu em desuso.

Capítulo VI – O Glossário Multilíngue

1. O trabalho terminológico

A gestão terminológica e o trabalho terminológico incluem diversas fases, cujo número pode variar consoante o tipo de trabalho que estamos a realizar. Contudo, Pavel e Nolet e outros autores identificam 9 fases do trabalho terminológico em contexto empresarial e profissional:

1. Objetivos e planeamento;
2. Procura de termos;
3. Seleção e organização de conceitos;
4. Estandarização;
5. Criação de termos;
6. Sistema de gestão terminológica;
7. Distribuição da base terminológica;
8. Validação dos dados da base terminológica (manutenção);
9. Verificação da terminologia.

Tal como referimos anteriormente, nem sempre a criação de uma base de dados terminológica contempla cada um destes passos, como no caso do nosso glossário em que já partimos de uma base de dados com os termos definidos.

O trabalho terminológico desenvolvido no âmbito do presente projeto foi dividido em duas fases: à primeira fase chamamos de ‘pré-construção do glossário’; a segunda fase diz respeito à construção do glossário, com recurso a uma ferramenta de criação de bases de dados terminológicas.

A qualidade de um trabalho terminológico encontra-se diretamente relacionada com uma boa delimitação e execução das tarefas antes e durante a construção da base terminológica. Por exemplo, é necessário decidir, de início, o tipo de informação terminológica que será registada na ficha terminológica e fazê-lo para garantir a coerência interna e a compreensão dos utilizadores. Por outro lado, uma boa organização

metodológica ajuda a compreender melhor em que consiste e como se faz o trabalho terminológico.

1.1.Pré-construção do glossário

A primeira parte desta fase diz respeito à delimitação da área temática a estudar. Partimos para esta fase com a ideia de que pretendíamos criar uma base de dados multilingue relacionada com Turismo, uma vez que é a nossa área de formação. Contudo, não queríamos abordar diretamente esta área, mas um subdomínio. Nesta sequência surgiu a oportunidade de desenvolver um projeto no Museu de Olaria, que se situa no concelho onde resido.

Após a visita ao Museu de Olaria apercebemo-nos que a informação disponível ao público está, na maior parte das vezes, apenas em português. O Museu possui (i) uma coleção representativa barcelense, mas também coleções de outros centros oláricos, em bom estado de preservação; (2) imagens que ajudam a perceber o contexto daquelas peças; (iii) recursos audiovisuais que possibilitam assistir à reconstituição das várias fases de produção, ainda recorrendo às formas mais tradicionais. A visita é enriquecedora, mas peca pela falta de material de apoio e documentação multilingue. Como referimos, anteriormente, apenas a partir da reabertura deste espaço ao público em 2014 é que o Museu começou a disponibilizar material de divulgação e de informação na língua inglesa, uma vez que, nos quatro anos anteriores o museu esteve encerrado ao público. Contudo, mesmo havendo essa preocupação em criar um panfleto em inglês (analisado no capítulo IV.4), não havia nenhum material de suporte a cada objeto, nomeadamente, a sua designação ou a sua função. Neste sentido defendemos que a criação desta base terminológica poderá criar materiais que podem vir a ser reutilizados neste tipo de exposições. Para além do tratamento do vocabulário relacionado com as exposições, o

trabalho terminológico pode ser aproveitado para outros fins: reutilização da base para exposições, material impresso para os turistas, uso interno, entre outros.

A partir desta lacuna surgiu uma oportunidade para o desenvolvimento de uma base de dados multilingue.

Ainda nesta fase foi necessário determinar o número de línguas com que iríamos trabalhar. As línguas escolhidas foram o inglês e o espanhol, o inglês por ser uma língua universal e espanhol pela proximidade com o país e por o turista espanhol liderar as visitas ao Museu.

De seguida, foi necessário delimitar o corpus textual⁵⁴, com o qual iríamos trabalhar. A delimitação de um corpus textual é importante para a familiarização com o contexto com o qual se vai trabalhar, familiarização com os termos, a sua seleção, identificação de possíveis sinónimos. O Museu de Olaria já possuía um levantamento terminológico, com a respetiva definição de cada termo, mas apenas em português. Partimos para a segunda etapa com os seguintes pontos pré-definidos:

Domínio de especialidade: Olaria;

Tema: O vocabulário da olaria relacionado com as exposições presentes no Museu de Olaria de Barcelos;

Tipo de trabalho: Base de dados terminológica multilingue (português, inglês e espanhol);

Destinatários: Equipa de trabalho do Museu (diretamente) e visitantes (indiretamente);

Objetivos: (i) Apresentar propostas de tradução para os termos do glossário com o objetivo de obter a normalização; (ii) Fazer levantamento de problemas de tradução (iii) Fornecer informações sobre cada um dos conceitos; (iii) Recolher e preservar vocabulário

⁵⁴ Conjunto de textos selecionados que servem de base para realizar uma análise terminológica: roteiros de Artesanato de Barcelos; brochuras de divulgação do Museu de Olaria; manuais de Certificação da Olaria e do Figurado, entre outros (Todos da responsabilidade do Município de Barcelos).

linguístico-histórico; (iv) Garantir a coerência e consistência terminológica interna e a compreensão dos utilizadores;

Finalidades: (i) Facilitar a redação técnica e a tradução de textos especializados, nomeadamente, para uso nas visitas guiadas; (ii) Corrigir usos não adequados ou equivalentes não adequados de termos que caíram em desuso; (iii) Esclarecer dúvidas sobre a forma e o conteúdo de termos especializados, etc.

2. A construção do glossário

O glossário que o Museu possuía estava em *Word*, por isso, foi necessário criar um documento no Excel.

Depois de criado passamos para a construção da base: (i) a análise de plataformas ou ferramentas de gestão e criação de bases terminológicas e respetivas funcionalidades; (ii) escolha da ferramenta que mais se adequa ao projeto; (iii) a modelagem da estrutura das fichas terminológicas.

A segunda etapa da metodologia do trabalho terminológico consiste em organizar os dados em fichas terminológicas. Antes de definirmos as categorias de dados finais da ficha terminológica, optamos pela criação de um documento no Excel, mais simples, que foi o nosso ‘rascunho’ de glossário.

Nesta fase identificamos o número de termos que iríamos trabalhar: 362 termos.

Para a construção deste glossário ‘preliminar’ definimos as categorias de dados, definição e referências bibliográficas para cada *index level* para prosseguirmos na tradução da nossa base de dados.

	A	B	C	D	E	F
	Nome	Definição	Inglês	Referências Bibliográficas	Espanhol	Referências Bibliográficas
1	<i>Abafada</i>	Diz-se da louça, que pelo facto do vidrado não ter fundido pela sua parte interior, ficou sem brilho (Villas-Boas, J. 1948:256).	Earthenware without brightness because the interior glazed didn't merge.	http://www.jnevins.com/glossary.htm	Loza sin brillo porque el vidriado no ha fundido en su interior.	
2	<i>Abaixador</i>	Vara grande de madeira de pinho, com uma chapa de ferro na extremidade, utilizada para retirar as brasas da caldeira do forno, após a cozedura (Remelgado,	Big rake used to remove the embers from the kiln after cooking;	Rhodes; 1976: 30 http://www.jnevins.com/glossary.htm#29_08 http://www.yourdictionary.com/rake 04_10	Pala grande de madera de pino con una chapa de hierro en la extremidad usada para retirar las brasas del hogar del horno después de la cocción.	
3	<i>Abaixar o forno</i>	Arrastar as brasas para a zona posterior da caldeira, durante a cozedura, de modo a obter uma melhor distribuição de calor (Remelgado, P. 2005:160).	To drag the embers to the rear part of the boiler, during cooking, in to obtain a better heat distribution.		Arrastrar las brasas para la zona posterior del hogar durante la cocción para obtener una mejor distribución de calor.	
4						

Figura 8: Cabeçalho do glossário

Fonte: Elaboração própria.

A partir daqui o trabalho terminológico esteve relacionado com a tradução de cada conceito para inglês e espanhol, o que nem sempre foi possível. Como já referimos anteriormente, encontrar um equivalente conceptual foi uma das grandes dificuldades da construção deste glossário. Por isso, numa grande parte dos casos optou-se pela tradução da sua definição do termo para inglês e espanhol e, quando possível, acrescentava-se o respetivo termo.

Para esta primeira fase da construção da base de dados, o Excel foi suficiente. Contudo, o documento Excel apresenta algumas limitações, principalmente quando a abordagem do trabalho terminológico se baseia no conceito. Enquanto na base de dados Excel cada termo tem uma entrada própria, na base terminológica centrada no conceito, todos os dados relativos ao mesmo conceito (termos sinónimos, formas abreviadas, etc.) são inseridos na mesma entrada. Outras limitações do documento Excel incluem: (i) não tem uma funcionalidade que organize informação por conteúdos, ou seja, uma funcionalidade que apresenta o vocabulário característico de Barcelos ou selecione apenas instrumentos de trabalho; (ii) não é uma base de dados prática; (iii) não existem ligações internas entre termos, ou seja, referências cruzadas; (iv) trabalhar com imagens torna-se uma tarefa inglória porque estão constantemente a sair do sítio. Por isso, foi necessário encontrar uma ferramenta eletrónica que fosse mais interativa e mais prática e que pudesse importar o conteúdo do Excel.

Apesar de no projeto termos definido a utilização do *Trados Multiterm* como ferramenta de trabalho, por ter sido a ferramenta que nos foi apresentada durante a

frequência do Mestrado em Tradução e Comunicação Multilíngue e estarmos já familiarizados com a mesma, decidimos inserir uma procura por várias ferramentas de gestão terminológica. Decidimos fazê-lo porque o *Multiterm* é uma ferramenta proprietária e sabemos, que com os atuais constrangimentos financeiros, o ideal seria encontrar uma ferramenta do domínio público.

Assim destacamos:

1. OntoTerm⁵⁵;
2. Termbases.eu⁵⁶;
3. Termwiki⁵⁷;
4. MultiQA⁵⁸;
5. Open Net Terminology Management⁵⁹;
6. Memo-Q;
7. T-Manager;
8. WeSay⁶⁰;
9. FieldWorks Language Explorer FLEX⁶¹;
10. Termweb⁶²;
11. Multiterm;
12. Thesaurus Management Platform 2 TMP2⁶³

À medida que fomos lendo informação sobre cada uma destas ferramentas, apercebemo-nos de dois obstáculos para o presente projeto: primeiro, a maioria das ferramentas de gestão terminológica não é do domínio público, disponibilizando, em alguns casos, apenas uma versão gratuita, mas com poucas funcionalidades, como o

⁵⁵ Acessível em: <http://tecnolengua.uma.es/ontoterm/index.html>

⁵⁶ Acessível em: <http://www.termbases.eu/>

⁵⁷ Acessível em: <http://en.termwiki.com/>

⁵⁸ Acessível em: <https://multiqa.com/wp/>

⁵⁹ Acessível em: <http://sourceforge.net/projects/openwebterm/>

⁶⁰ Acessível em: <http://wesay.palaso.org/downloads>

⁶¹ Acessível em: <http://fieldworks.sil.org/flex/lexicon/dictionaries>

⁶² Acessível em: <http://www.star-group.net/en/home.html>

⁶³ Acessível em: <http://athenaplus.thesaurus.condillac.org/>

Multiterm ou o MultiQA; segundo, outras são ferramentas colaborativas de trabalho, que são contruídas pelo público e estão acessíveis ao público e nem sempre é vantajoso, por questões de confidencialidade, como o Termwiki ou o FLEX.

Após esta primeira investigação achamos por bem experimentar o programa de gestão terminológica FLEX e deixar o *Multiterm* como uma segunda alternativa. Numa primeira fase ainda experimentamos ferramentas do domínio público.

O FLEX, para além de ser gratuito, pareceu-nos bastante completo, respeitando a estrutura anteriormente mencionada, *concept level*, *index level* e *term level* e é uma ferramenta *on-line*. Contudo, a informação disponível sobre esta ferramenta é bastante confusa e em relação à importação de documentos é quase inexistente. Tentamos mesmo assim importar o documento Excel, mas sempre sem sucesso porque o documento não se encontrava no *Standard Format*, requerido pelo programa. Experimentamos vários formatos, desde o formato específico de estilo Excel (.xls) ao formato da linguagem *web Hypertext Markup Language* (.html) e sem sucesso.

Decidimos tentar outra ferramenta, o TERMINUS.EU e, neste caso, o problema surgiu logo na instalação. Não conseguimos sequer iniciar a sessão.

De seguida experimentamos o TMP2, uma ferramenta *cloud-based*, mas que é gratuita e também nos possibilita criar uma estrutura de base terminológica semelhante à definida anteriormente. Foi necessário fazer o registo no *site* e depois de nos ter sido enviada a palavra-passe tentamos fazer a importação do documento do Excel, questão *sine qua non* para conseguir fazer a representação do glossário numa ferramenta. Depois de várias tentativas, a mensagem de erro era sempre a mesma.

Optamos, por isso, por regressar à primeira ferramenta seleccionada, o *Multiterm*. A primeira etapa esteve relacionada com a conversão do documento *Excel* para um formato que pudesse ser trabalhado no *Multiterm*, mas sem sucesso. Depois de algumas tentativas frustradas, descobrimos que a razão pela qual não conseguíamos fazer a

conversão era as hiperligações do documento Excel que tinham sido colocadas no mesmo documento. Estas hiperligações tinham sido criadas para estabelecer ligações entre os vários termos, cujas definições se repetiam. Depois de retiradas as hiperligações, a conversão para o *Multiterm* foi imediata. A partir do momento em que possuíamos um documento que podia ser lido pelo *Multiterm*, passamos, para a importação do documento no formato de linguagem *Extensible Markup Language* (.xml) para o *Multiterm*. Neste sentido, devido à extensão e complexidade da estrutura do glossário, acrescido do facto de não conseguirmos que o documento importado ficasse com a estrutura pretendida (*Concept-based approach*), com várias tentativas que se prolongaram durante semanas, mas sem obter sucesso, optamos por fazer uma seleção de 20 termos e criar uma base dados desde a raiz.

De seguida, far-se-á uma descrição das etapas necessárias para a criação de um glossário centrado no conceito, desenvolvido com a ferramenta de gestão terminológica *Multiterm*.

A ferramenta de gestão terminológica *Multiterm* permite (i) a construção de bases terminológicas orientadas ao conceito; (ii) a consulta dos dados da base; (iii) a exportação dos mesmos nos mais variados formatos.

Tal como referido no Capítulo V, o primeiro passo na construção de uma base terminológica consiste na definição da estrutura da ficha terminológica. O *Multiterm* disponibiliza uma aplicação, designada de *Termbase Wizard*, que auxilia o terminólogo na definição das categorias de dados que compõem os três níveis de informação de uma ficha terminológica, a saber: nível do conceito (*concept level*); nível da língua (*index level*) e nível do termo (*term level*). A aplicação *Termbase Wizard* aparece automaticamente quando abrirmos o *Multiterm* e tentamos criar uma base terminológica, acedendo ao separador *File*, opção *New* e, de seguida, seleccionando a opção *Create Termbase*. Nesta

fase, a base terminológica será guardada no formato próprio do *Multiterm*, designadamente *.sdltb*.

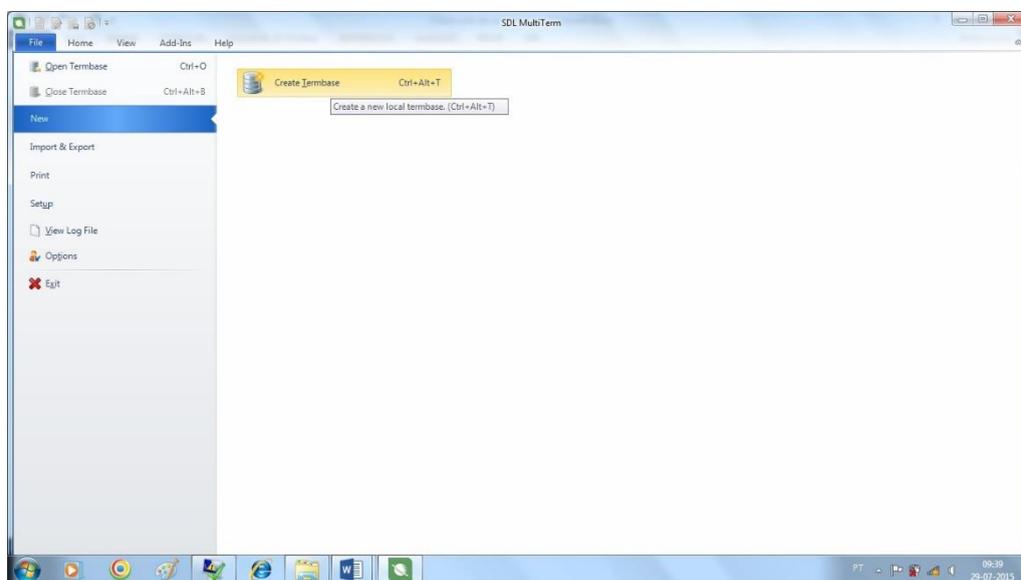


Figura 9: Criar uma base de dados

Uma vez criada a base terminológica, surge o assistente de configuração, *Termbase Wizard*, que guia o terminólogo durante todo o processo de modelagem da ficha terminológica. O processo de criação é *user friendly*. A janela inicial deste assistente contém uma lista dos passos a seguir:

1) Definir um novo modelo ou basear-se num modelo de ficha terminológica já existente.

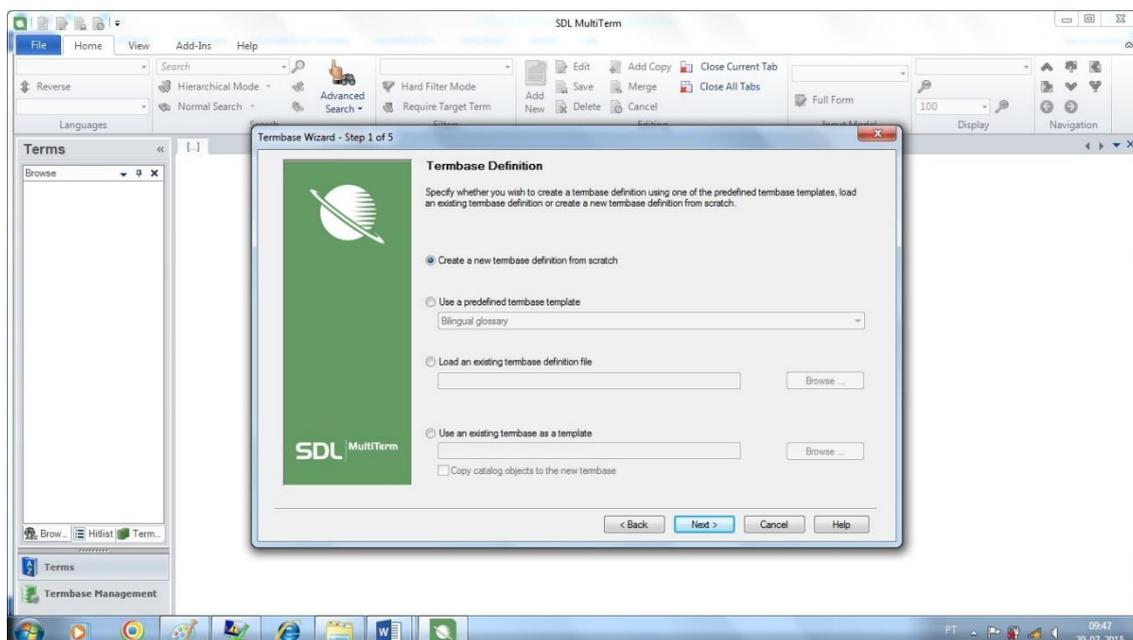


Figura 10: Criar um novo modelo.

2) Atribuir um nome à base terminológica.

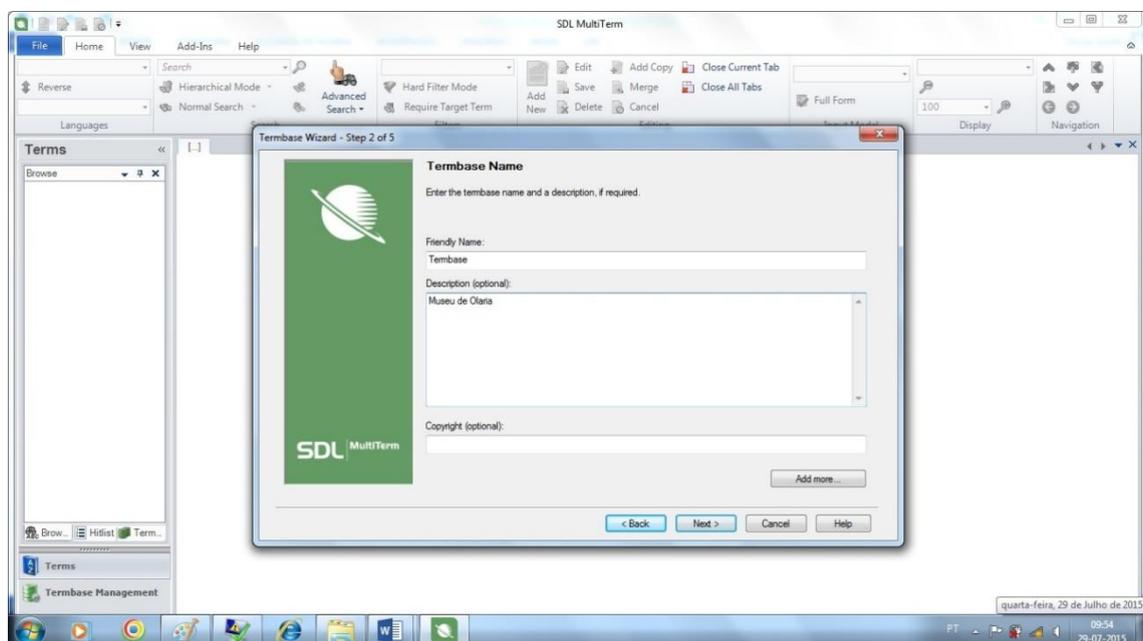


Figura 11: Atribuir um nome à base terminológica.

3) Adicionar campos relacionados com as línguas da base terminológica.

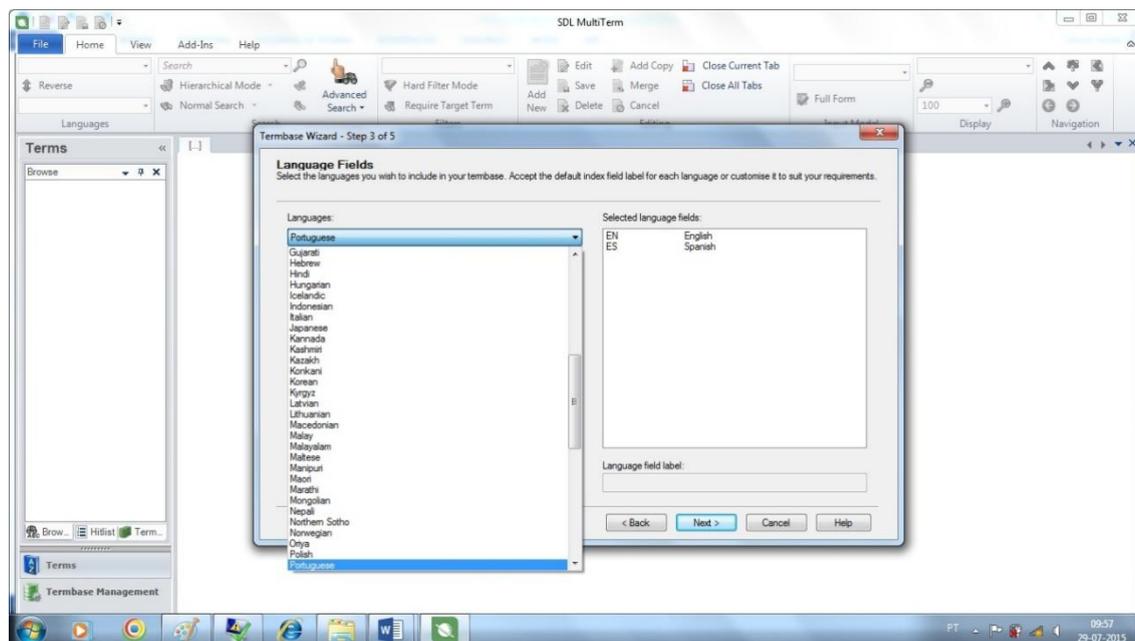


Figura 12: Adicionar campos relacionados com as línguas da base terminológica.

4) Adicionar campos descritivos.

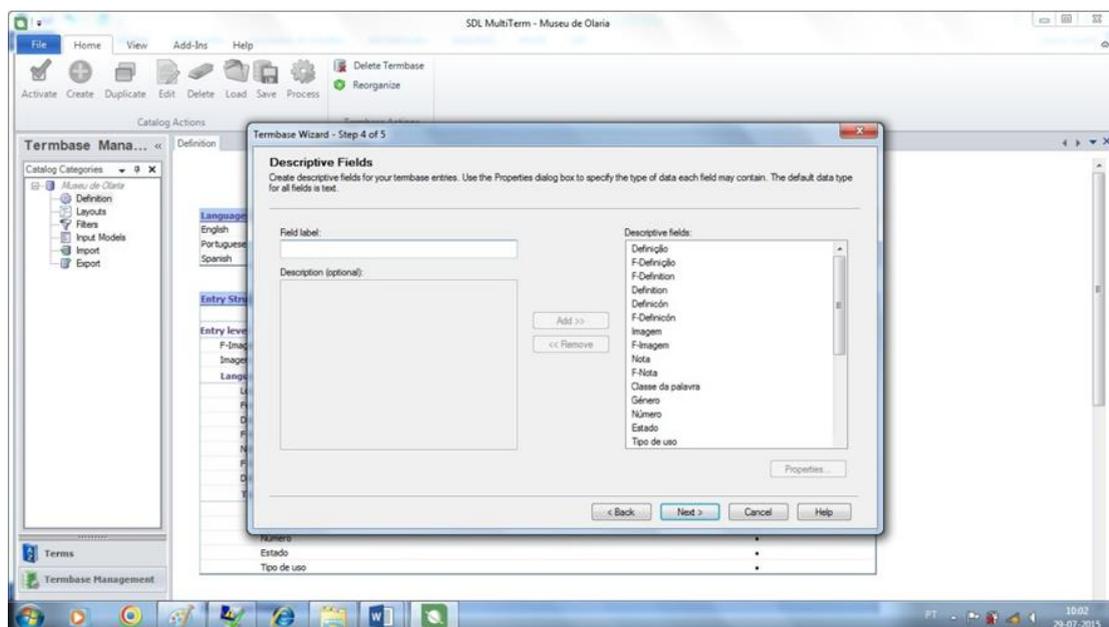


Figura 13: Adicionar campos descritivos.

5) Definir a estrutura das fichas terminológicas.

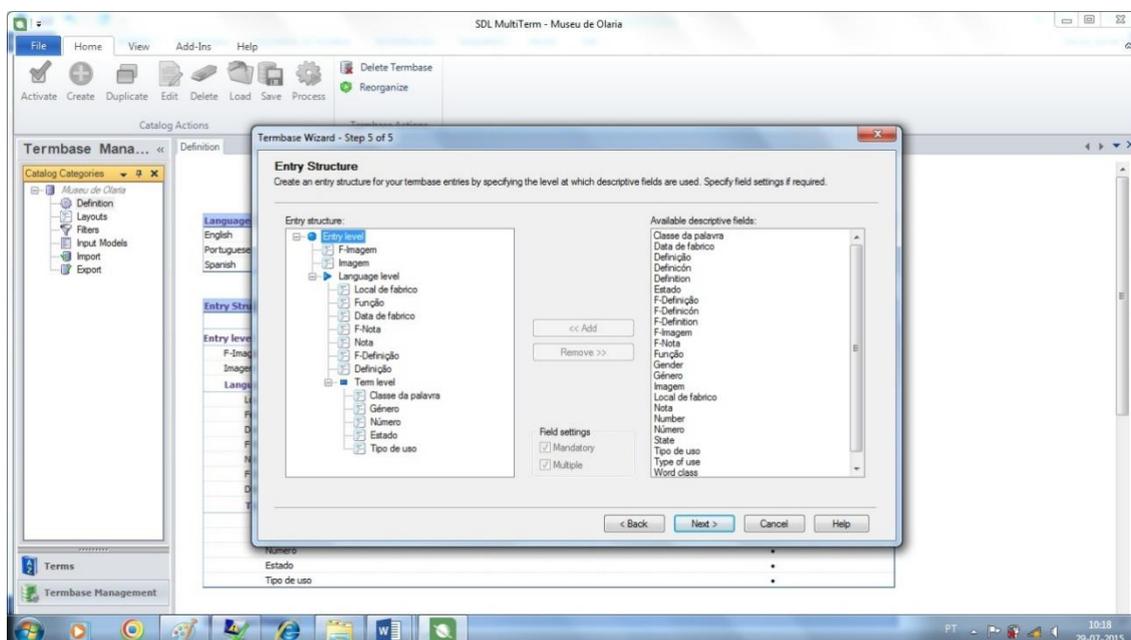


Figura 14: Definir a estrutura das fichas terminológicas.

Depois de criada a estrutura, passamos à adição dos termos. Para tal temos que seleccionar *Add term*, que se encontra na parte superior do *Multiterm*.

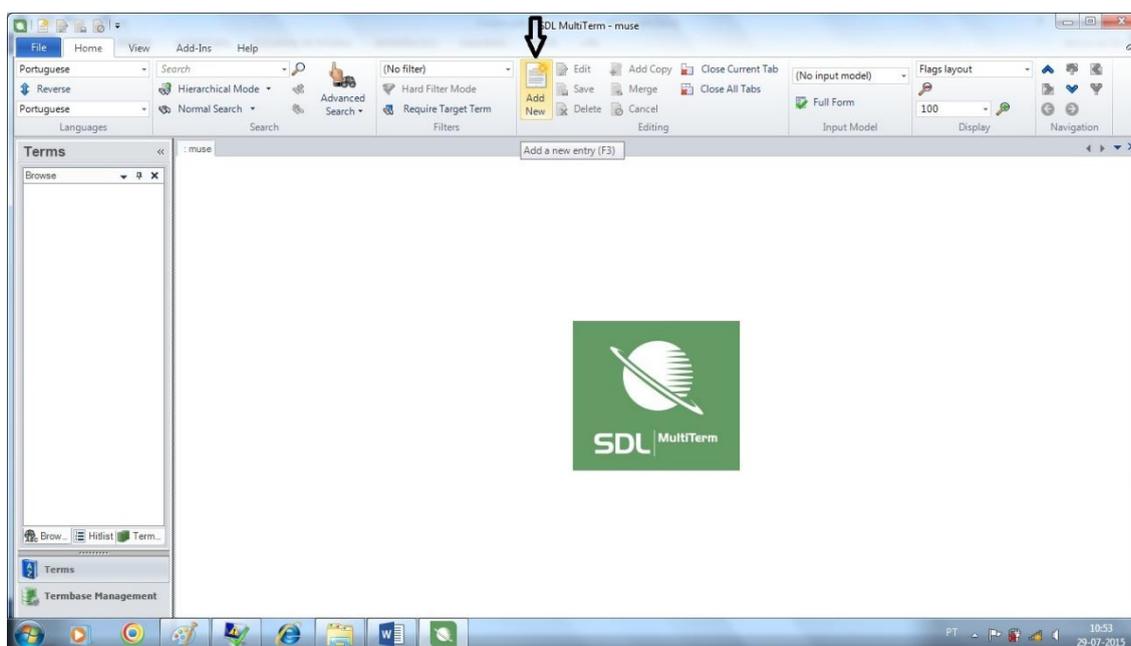


Figura 15: Adicionar termos.

Nesta altura aparecerá a estrutura que definimos com a ajuda do *Termbase Wizard* e a partir daqui temos que completar a estrutura com a informação recolhida e que temos em formato Excel. O primeiro termo a introduzir será ‘calco’. Iniciamos pelo *concept level* onde temos a imagem e a fonte da imagem (F-Imagem). Seleccionamos a imagem e vamos procurar a imagem que pretendemos inserir e identificamos a fonte dessa imagem.

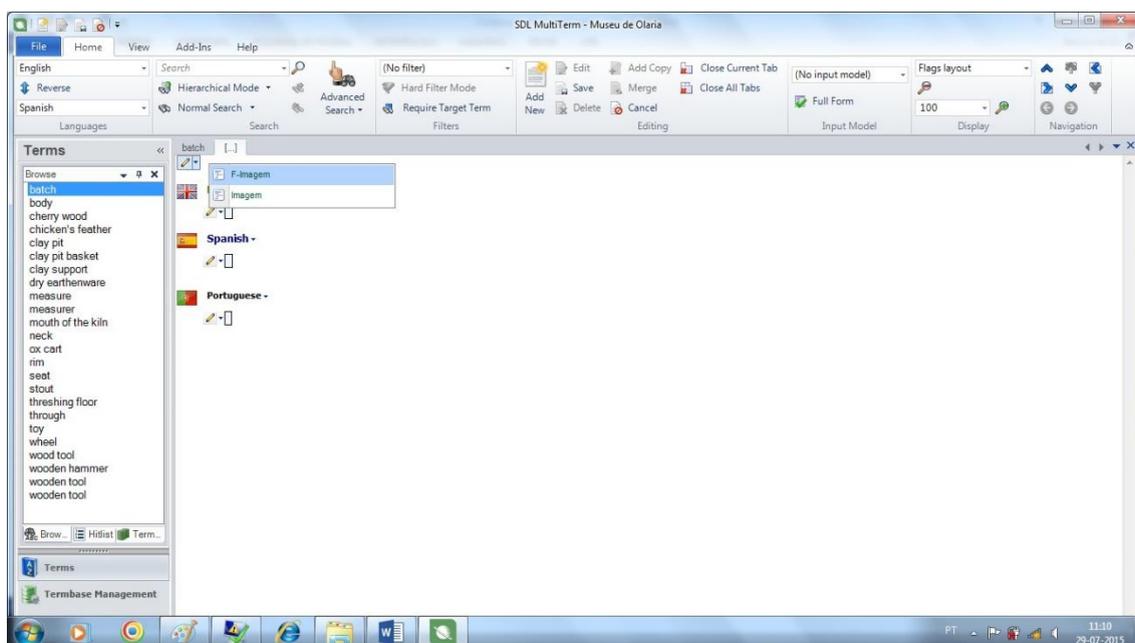


Figura 16: Inserir imagem.

No *index level* ‘Portuguese’ introduzimos a definição, fonte da definição, nota e a respetiva fonte. Repetimos o mesmo processo para os *index levels* ‘English’ e ‘Spanish’. Nesta fase resta-nos preencher o *term level*. Na parte portuguesa introduzimos ‘calco’, e as restantes categorias que tínhamos definido: classe da palavra, género, número, estado e tipo de uso e repetimos o mesmo processo o *English term level* e com o *Spanish term level*.

Esta fase foi uma das fases mais complicadas porque, muitas das vezes, não conseguimos identificar o equivalente do termo e optamos pela tradução da definição e da nota, quando ela existia. Contudo, para a estrutura definida no *Multiterm* é necessário definirmos um termo equivalente. Esta equivalência nem sempre é total, uma vez que, tal como já referimos, é um vocabulário muito específico, por isso, optamos em alguns casos

por equivalentes parciais, mas o seu entendimento acaba por ser complementado com a definição.

Assim temos a nossa primeira ficha terminológica terminada. Contudo, o conceito definido por ‘calco’ também é conhecido como ‘aloque’, o que implicaria uma nova entrada para o termo ‘aloque’. Porém, estamos a criar uma base de dados orientada ao conceito (*concept approach*). Por isso, na mesma entrada de ‘calco’ devemos inserir também ‘aloque’. Como o podemos fazer? Inserimo-lo no *Portuguese term level*, como podemos ver de seguida.

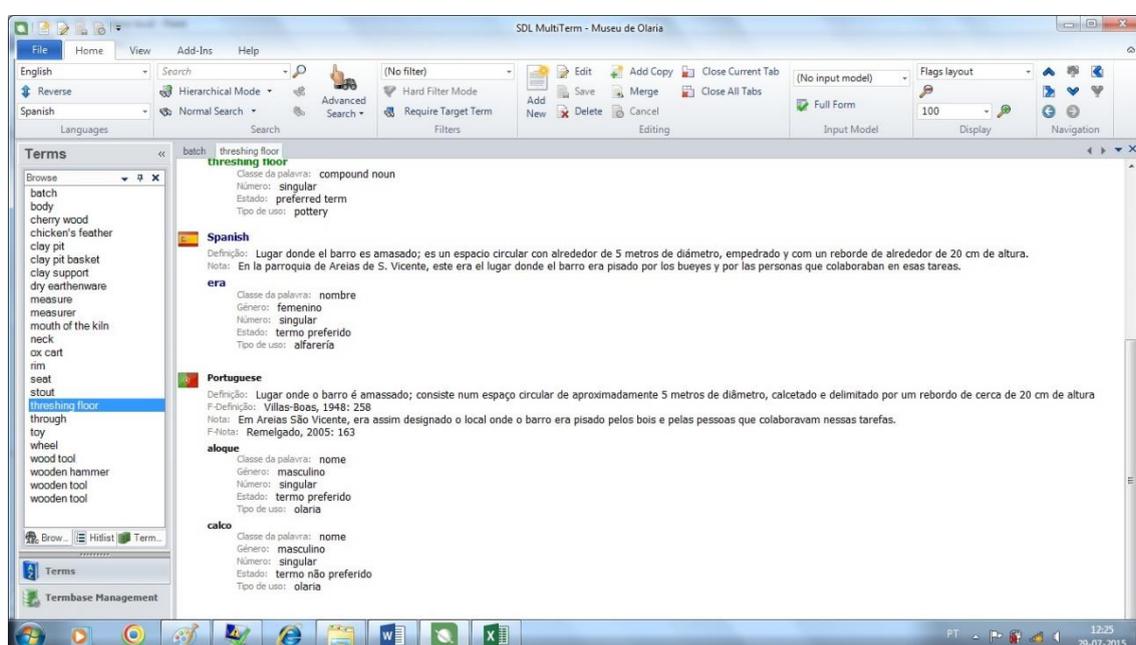


Figura 17: Inserção de sinónimos.

Repetindo este processo para cada um dos termos conseguimos criar a nossa amostra de glossário. Como já referido este glossário não reúne a totalidade dos 362 termos já mencionados, tarefa que poderá ser complementada no âmbito de outro trabalho no futuro. Se desejarmos fazer alguma alteração numa das entradas, é só pressionar no termo que pretendemos editar e de seguida pressionar em *Edit*, que se encontra na parte superior desta ferramenta e no final da correção em *Save*. No caso de pretendemos eliminar alguma entrada, é só seleccionar o termo que pretendemos eliminar e pressionar *Delete*, que se encontra na mesma barra de ferramentas.

Assim damos por concluída a criação da base de dados terminológica.

3. Análise dos Resultados

A tradução da linguagem olárica constituiu um grande desafio, não só por se tratar de uma linguagem muito específica com termos que não são utilizados em mais lugar nenhum, mas também pela especificidade da língua e cultura portuguesas. De acrescentar ainda que alguns dos termos já não são utilizados e as gerações vivas não se recordam de os ter ouvido, nem sequer sabem do seu significado. Tratando-se de um processo progressivo, qualquer trabalho terminológico nesta área contribui para a preservação da riqueza linguística, sobretudo quando interligado com a procura de estratégias comunicativas, neste caso no âmbito do Turismo cultural e da Nova Museologia.

Assim para facilitar o processo de tradução foi necessário definir a metodologia a seguir. Tendo em conta as características do texto, decidimos aplicar o modelo de Gouadec como metodologia de tradução, já acima descrito. A escolha deste modelo acontece por considerarmos que a divisão do processo de tradução em fases nos ajudaria na organização e estruturação do trabalho e como fio condutor ao longo da tradução.

Pré-tradução

Nesta fase inicial surge o primeiro contacto com a entidade. Nesta fase foram discutidos todos os pormenores relativos à tradução, nomeadamente, a definição do *corpus* a trabalhar, uma vez que se trata de área muito rica em termos de vocabulário. Foi sugerido, então que fizéssemos a tradução a partir de um glossário que o Museu de Olaria possui, fruto do trabalho e pesquisa de Pedro Linhares, que havia realizado um estágio nesta mesma instituição.

Nesta altura definiu-se também o público-alvo deste trabalho, os técnicos que trabalham no museu, bem como os visitantes falantes de língua inglesa e espanhola, não necessariamente de língua materna. Perante a quantidade de países nos quais estas duas línguas servem para a comunicação no espaço público coloca-se a questão da diversidade

de referências culturais no que se refere à olaria e artesanatos afins como problema de comunicação.

Tivemos acesso a um documento com cerca de 362 termos, recolhidos de vários autores que se debruçaram sobre o estudo do mundo olárico: João Macedo Correia, Isabel Maria Fernandes, Maria da Graça Freitas, Manuel Marinho Macedo, Patrícia Remelgado, J. S. P. Villas-Boas.

Analisando o documento constatamos que este glossário se baseia em estudos relativamente recentes, com a exceção dos realizados por João Macedo Correia e J.S.P. Villas-Boas, uma vez que ambos datam de 1948. Logo estas datas fizeram-nos levantar algumas questões, nomeadamente, se faria sentido traduzirmos todo o vocabulário. Esta questão tornou-se mais pertinente quando numa fase mais posterior verificamos que algum vocabulário era desconhecido pelos técnicos do museu, bem como por parte dos artesãos que entretanto contactámos e que também desconheciam. Decidimos pela tradução de todo o material, tentando colmatar as falhas com outras soluções que apresentaremos mais à frente. Embora fosse um dos objetivos deste trabalho criar uma ferramenta que pudesse ajudar os técnicos do museu no contacto com falantes da língua inglesa e espanhola, acreditamos que poderemos contribuir para a preservação de uma linguagem tão característica desta região e que pela falta de uso pode cair no esquecimento.

Com a análise do documento foi necessário procurar e ler bibliografia sobre a olaria, para que nos contextualizássemos no ambiente olárico, bem como procurar terminologia já existente nas línguas de chegada. Procedeu-se à investigação e levantamento de terminologia, fraseologia e memórias de tradução que pudessem já existir. À partida tínhamos a informação transmitida por parte da equipa de técnicos do museu que não tinham conhecimento de um glossário trilingue como o que pretendíamos desenvolver, apenas algumas experiências em Português-Inglês, Inglês-Espanhol, mas

que abordavam temas como a museologia, a olaria de uma forma mais geral e nunca sobre a especificidade do concelho de Barcelos.

Desta pesquisa, feita sobretudo *on-line*, encontramos alguma informação bastante útil: o livro *Guía completa de ceramista, herramientas, materiales y técnicas* de Steve Mattison, em espanhol, que nos apresenta uma visão detalhada com imagens, sobre a arte de trabalhar o barro; descobrimos, *on-line*, o *Ceramic Dictionary*, com as versões inglesa, catalã e espanhola, da autoria de Susan Mussi, uma ceramista, que estudou no Colégio de Artes de Camberwell de Londres; encontramos um documento denominado *Ceramista Artesanal*, produzido pela “Subgerencia Cultural” do Banco da República da Colômbia; Henry Varnum Poor, com o livro *A book of pottery: From Mud Into Immortality*, que nos apresenta de a visão de Poor sobre a olaria; Daniel Rhodes com o livro *Pottery Form*, que é considerado uma autoridade na técnica cerâmica. Foi com base nesta bibliografia que partimos para a tradução do glossário, com a noção que toda esta bibliografia (ampliável) é apenas uma referência, que não deve ser retirada dos seus contextos, pois retratam as respetivas comunidades (nacionais), e deve haver muita cautela na utilização desta terminologia no contexto barcelense.

O objetivo desta pesquisa foi também conhecer melhor o domínio de especialidade e assim, conseguir proceder, numa fase seguinte, à tradução tendo já conhecimento de alguns termos usados na área.

Abaixador	Aboengos	Acachoar	Aloque	Alpiota
Baliza	Baranda	Bonicrecos	Bornideira	Brelhos
Burcar	Buzeiro	Cabouco	Cachão	Calco
Cambão	Canelha	Cantareira	Cantilharia	Capacheiro
Caquiar	Carreletes	Carrolina	Carvoíço	Ceivar

Tabela 8. Levantamento de alguns termos desconhecidos.

Em seguida e, analisando o glossário, constatamos que os termos, na sua maioria, não são passíveis de serem traduzidos, como podemos constatar pela seguinte listagem.

Perante a tipologia de conceitos parece-nos pertinente traduzir a descrição de cada termo. Numa primeira leitura foi-nos também possível identificar alguns termos que são usados na linguagem do dia-a-dia, que foram sistematizados juntamente com o respetiva tradução.

Termo	Inglês	Espanhol
Amassar	Knead	Amasar
Armazém	Storage	Almacén
Asa	Handle	Asa
Assento	Seat	Asiento
Base	Base	Base
Boca	Mouth	Boca
Brilho	Shine	Brillo
Buraco	Hole	Agujero
Chaminé	Chimney	Chimenea
Corpo	Body	Cuerpo
Cozedura	Cooking	Cocción
Derreter	Melt	Derretir
Esponja	Sponge	Esponja
Fio	Wire	Alambre de corte

Fogo	Fire	Fuego
Fumo	Smoke	Humo
Gesso	Plaster	Yeso
Junção	Joint	Unión
Louça	Earthenware	Loza
Moldar	Shape	Modelar
Molde	Mold	Moldes
Olaria	Pottery	Alfarería
Oleiro	Potter	Alfarero
Pá	Shovel	Pala
Pau	Stick	Palo
Pena de galinha	Chicken's feather	Pluma de galina
Peneira	Sieve	Cedazo
Pescoço	Neck	Cuello
Polir	Polish	Bruñir
Punhal	Dagger	Daga
Queimado	Burnt	Quemado
Secar	Dry	Secar
Testo	Lid	Tapa
Tijolo	Brick	Ladrillo

Tabela 9. Levantamento de alguns termos usados no dia-a-dia.

Esta tabela constitui apenas uma amostra do conjunto total de termos, cuja tradução é mais acessível.

Foi ainda identificado um conjunto de termos que, à primeira vista, podiam ser confundidos com outros vocábulos e, por isso, nos poderiam induzir em erro, sobretudo pela semelhança de som e de grafia, como os seguintes:

Aranha (Animal)	≠ (diferente de)	Aranha (Unidade de medida)
Varanda (Parte da casa)	≠	Baranda (Borda do Cântaro)
Buço (Bigode)	≠	Buço (Borda do cântaro)
Caixão (Caixa usada nos enterramentos)	≠	Caixão (Caixa de madeira empregada na condução do chumbo do moinho para a fábrica)
Capela (Pequena igreja)	≠	Capela (Colo do cântaro)
Caracol (Animal)	≠	Caracol (Peça para pintar)
Carvoeiro (Vila portuguesa)	≠	Carvoeiro (Pessoa que conduz o carro de bois)
Chorar (Verter lágrimas)	≠	Chorar (quando a louça começa a fundir com o calor)
Cozinheiro (Profissão)	≠	Cozinheiro (O maior tamanho em que se fabrica a louça grossa)
Cura (Ato de curar)	≠	Cura (Ato de reparar)
Umbigo (Cicatriz resultante do corte do cordão umbilical)	≠	Embigo (A asa mais pequena do cântaro)

Esse (Pronome /Determinante demonstrativo)	≠	Esse (Peça de Ferramenta)
Farinha (Pó proveniente da moagem de um cereal)	≠	Farinha (Chumbo moído)
Figurado (Alegórico)	≠	Figurado (Artesanato típico de Barcelos)
Forcado (Homem que faz pegadas nas touradas)	≠	Forcado (Instrumento de ferro)
Furo (Buraco)	≠	Furo (Instrumento da madeira)
Furrica (Excremento)	≠	Furrica (Barro desfeito em água)
Lareira (laje onde se acende o fogo)	≠	Lareira (Instrumento de madeira usado para levantar a lenha)
Lares (Casas)	≠	Lares (Tijolos quadrados)
Loto (Jogo de azar)	≠	Loto (Galeria subterrânea de onde se extrai o barro)
Maço (Conjunto de alguma coisa)	≠	Maço (Utensílio de madeira usado para esmagar o barro).
Olheiro (Pessoa que observa)	≠	Olheiro (Instrumento de trabalho)
Palheta (O mesmo que palhinha)	≠	Palheta (Instrumento para modelar).
Papas (Alimento)	≠	Papas (Vidrado cuja fusão foi mal feita)

Pombo (Animal)	≠	Pombo (Um dos malhais)
Puxador (Peça das portas que ajuda a abrir)	≠	Puxador (canivete).
Rever (Voltar a ver)	≠	Rever (Cântaro que verte água)
Sogra (Mãe da esposa ou do marido)	≠	Sogra (Rodilha que se põe na cabeça debaixo do cântaro)

Tabela 10. Levantamento de termos polissêmicos.

Constatámos então que o glossário estava carregado de termos polissêmicos, que seria necessário destringir. Através desta leitura verificamos também que a terminologia era bastante específica e, por isso, a necessidade de traduzirmos numa linguagem acessível uma vez que identificamos como público-alvo não só o pessoal técnico do museu, mas também o turista.

Ainda nesta fase apercebe-mo-nos que o glossário era composto por vocabulário diverso, ou seja, o nosso *corpus* era composto por verbos, adjetivos, nomes que representavam desde ferramentas de trabalho até peças de olaria, partes que compõem as peças, materiais. Em suma, um léxico muito rico, mas também muito diversificado.

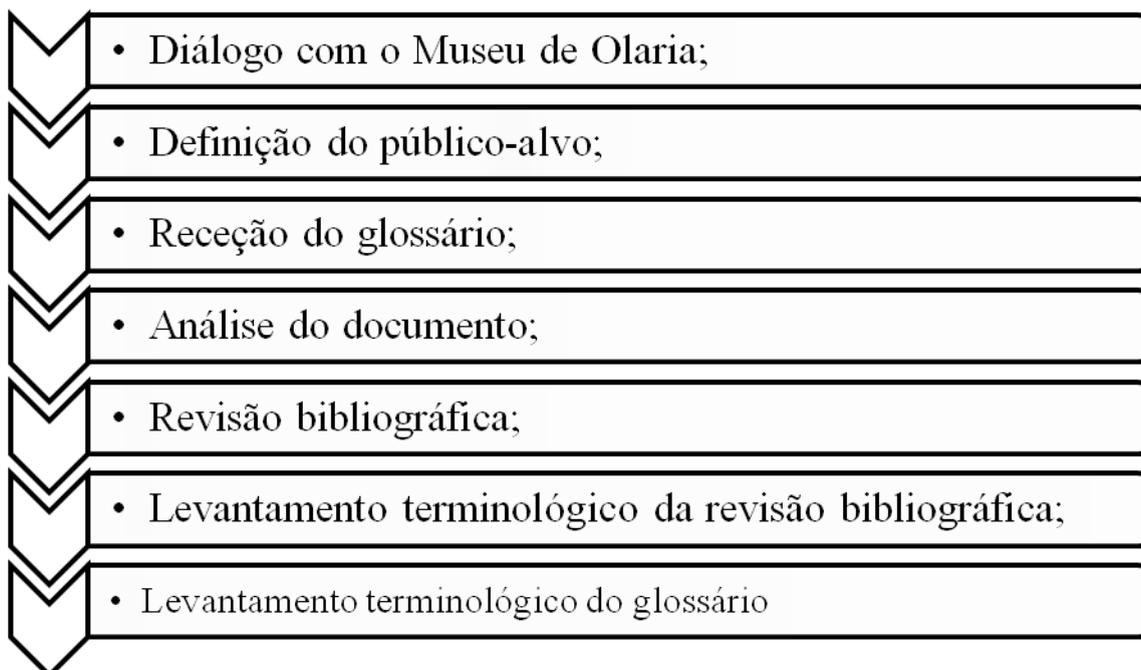


Figura. 18. Metodologia de trabalho na pré-tradução.

Tradução

A fase da tradução, como já referenciado anteriormente, está dividida em três etapas: a pré-transferência, transferência e pós-transferência. Muito resumidamente, a primeira etapa é no fundo, a fase em que se criam todas as condições para se poder iniciar a transferência com a preparação de materiais necessários para a tradução. As duas etapas seguintes dizem respeito à tradução em bruto.

- **Pré-transferência**

Uma vez que foi o nosso primeiro contacto com tradução no domínio da olaria, numa primeira fase, optamos por não usar ferramentas de tradução pois não tínhamos memórias de tradução nesta área. Outra das razões que levou a não optar por este tipo de ferramentas foi a informação que encontramos ser mais generalista e não termos encontrado muitos pontos comuns com a especificidade do glossário de olaria que tínhamos para traduzir. Contudo, conseguimos organizar a informação recolhida,

nomeadamente, glossários, dicionários, textos sobre o tema na Língua de Partida (LP) e na Língua de chegada (LC).

Para além das referências bibliográficas elencadas no subcapítulo anterior, foram-nos muito úteis os dicionários e memórias de tradução on-line como o *Linguee*, os dicionários de Oxford, *Priberam*, *Infopedia*, mas também os dicionários em versão papel, *Longman- Dictionary of Contemporary English*, Dicionário de Português-Inglês da Porto Editora, Dicionário Enciclopédico de Língua Portuguesa, *Michaelis* – Moderno Dicionário Inglês – Português. Português – Inglês. Não esquecer que o contributo do pessoal técnico do Museu de Olaria foi uma preciosa ajuda quando os dicionários não conseguem explicar mais.

- **Transferência**

Nesta etapa iniciamos a tradução, encontrando de imediato algumas dificuldades de tradução da terminologia, sobretudo, pela especificidade do vocabulário, como já referimos anteriormente.

Ao longo desta fase recorreremos a metodologia de Jean-Paul Vinay e Jean Darbelnet, que defendiam que a tradução, embora tenha atributos de arte, pode também ser uma disciplina exata. Por isso elencaram diferentes metodologias de suporte à tradução e é com base nesta metodologia que iremos apresentar casos concretos da nossa tradução.

Recordando o que foi acima referido, Vinay e Darbelnet identificaram 7 metodologias, fazendo uma pequena diferenciação entre as mesmas: por um lado, as metodologias literais e as oblíquas. As primeiras dizem respeito à transposição de elemento por elemento da LC para a LP e as segundas implicam recorrer a alterações de ordem sintática ou lexical.

Iniciamos a nossa análise pela tradução inglesa:

1. Empréstimo. Utilização no Texto de Chegada (TC) de elementos lexicais da LP (ou outra língua estrangeira) (Vinay e Darbelnet; 1995: 85).

Nome	Definição	Tradução
Coberta	Parte entre o colo e o caco das talhas (Villas-Boas, 1948:259).	Part between the neck and the "caco" from the pots.
Conteira	Instrumento para pintar desenhos em forma de contas (Remelgado, 2005:166).	Tool used to paint drawing with the shape of "contas".
Malhais	Pecas onde trabalha e que suporta o eixo da roda. Num está a pomba, o outro está colocado no jugo da roda (Villas-Boas, 1948:261); pequenas pecas onde trabalha a parte superior do eixo da roda do oleiro (Remelgado, 2005:172).	Pieces where it works and that supports the axis of the wheel; In one side there is the "pomba" and the other axis it is collocated in "jugo" of the wheel; small pieces where the upper part of the small parts of potter's wheel work.
Masseirão	Grande tabuleiro de madeira de paredes altas onde se pisa o barro (Villas-Boas, 1948:261); recipiente de forma alongada, em madeira de pinho, utilizado para pisar o barro com um martelo de madeira – o mascoto – (prática comum em Oliveira) (Remelgado, 2005:172); recipiente obtido a partir de um tronco, normalmente carvalho, escavado lateralmente, apresentando a configuração de uma calha arredondada de topos fechados (Fernandes, 1997:8).	Large wood board with high walls where the clay is stepped on; elongated container made of pine wood used to step on the clay with an hammer – "mascoto" – (more common in the parish of Oliveira); container made of a trunk, normally oak, digged laterally, showing a rounded gutter with closed top.
Medidor	Utensílio de forma alongada, de madeira, com pequenos sulcos ao longo da sua extensão, utilizado para medir o tamanho das pecas. Apesar de ser um dos utensílios mais característicos da região, atualmente não é utilizado, salvo raras exceções. Efetivamente, as tradicionais designações atribuídas à louca de Barcelos, atendendo à sua dimensão, deram lugar a uma nomenclatura baseada numa numeração sequencial (ex. panela nº1, nº2, etc.), muitas vezes em função das formas utilizadas, que pouco têm a ver com os utensílios rudimentares que durante décadas caracterizaram o universo de uma olaria. Os medidores [...] continua, a ser um instrumento de uso essencial para a produção [...]. O medidor pode apresentar diversos tamanhos, consoante o tamanho da peça que o oleiro pretende produzir. Assim, existem medidores que apresentam 8 sulcos, correspondentes aos diferentes	Measurer: elongated tool made of wood with small grooves through the entire instrument, used to measure the size of pieces. Despite being one of the most characteristic tool of the region, nowadays it isn't used, with rare exceptions. Effectively, the traditional designation given to Barcelos earthenware, according to the size, led to a classification based on a sequential numbering (eg. pan nº1, nº2, etc.). It often depends on the molds used, which have little to do with rudimentary tools that for decades characterized the universe of a pottery. They [...] continue to be an essential tool for production [...]. They can have different sizes depending on the size of the piece that the potter wants to make. Thus, there are measurers with 8 grooves, corresponding to different sizes that can be produced, [...] whose measures can be described as follows:• Total length 880 mm;•

	tamanhos que podem ser produzidos, [...] cujas medidas podem ser descritas do seguinte modo:• Comprimento total 880 mm;• Cozinheiro 645 mm;• Canada 520 mm;• Meia Canada 460 mm;• Meio Quartilho 290 mm;• Quartilho 400 mm;• Risco 350 mm;• Quatro Vinténs 240 mm;• Quarteirão 190 mm. Estas são medidas aproximadas do diâmetro de peças de forma circular (Remelgado, 2005:172, 173).	"Cozinheiro" 645 mm;• "Canada" 520 mm (1canada=2 liters);• Half "Canada" 460 mm;• Half Pint 290 mm;• Pint 400 mm;• "Risco" 350 mm;• Four "Vinténs" 240 mm (old Portuguese coin);• Quarter 190 mm. These are approximate measures of the diameter of the pieces with circular shape.
Mijeira	Urina depositada em cântaros para regar as hortaliças. Nas Marinhas chamavam-lhe mimo, porque, na verdade, tal adubo é um mimo precioso para as hortas. Em Fonte Boa chamavam-lhe presigo (Boaventura, 1922:67-68 <i>cit in</i> Freitas & Macedo, 1996:142)	Deposited urine in the pitchers to water the vegetables. In Marinhas it is known as "mimo" (pamper) because the urine is seen as a precious fertilizer to the vegetables. In Fonte Boa it is known as "presigo" (anything eaten with bread).

Tabela 11. Exemplos de Empréstimo.

A utilização deste procedimento, nestes exemplos, deu-se por três razões: a primeira está relacionada com o desconhecimento dos termos “caco” e “pomba”, o que nos obrigou à utilização dos mesmos no TC; já no caso de “cozinheiro” e “canada”, trata-se de unidades de medidas, cujo equivalente não foi encontrado; por último, o uso de “mascoto”, “mimo” e “presigo” foi feito com o objetivo de criar um efeito estilístico e, assim, introduzir um “cheirinho” da cultura da LP na tradução. Por outro lado, achamos pertinente que o visitante ao ler aquela informação em inglês tivesse acesso imediato também ao termo na língua portuguesa.

2. Decalque. Transcodificação com a adaptação dos sistemas fonético e ortográfico (Vinay e Darbelnet; 1995: 85).

Nome	Definição	Tradução
Telhar o forno	Dispor bem a telha no forno para boa distribuição do fogo (Villas-Boas, 1948:263); Dispor telha no interior do forno, de modo que o fumo seja bem distribuído (Remelgado, 2005:177).	To dispose tiles in the kiln so that the fire can be well distributed; to dispose tiles inside the kiln so that the smoke can be well distributed.
Preto	10 partes de gesso e 1 de bióxido de manganês.	10 parts of plaster and 1 of dioxide of manganese.

Vidro	Mistura de 15 partes de galena e 4 de areia moída (Villas-Boas, 1948:264).	Mix of 15 parts of galena and 4 parts of milled sand.
--------------	--	---

Tabela 12. Exemplos de Decalque.

Nos três casos apresentados, salientamos o respeito pela estrutura do TP, o qual denominamos por decalque estrutural.

3. Tradução Literal. Transcodificação direta do TP para o Texto de Chegada (TC) (Vinay e Darbelnet; 1995: 86).

Nome	Definição	Tradução
<i>Abaixar o forno</i>	Arrastar as brasas para a zona posterior da caldeira, durante a cozedura, de modo a obter uma melhor distribuição de calor (Remelgado, 2005:160).	To drag the embers to the rear part of the boiler, during cooking, in order to obtain a better heat distribution.
<i>Amarelo</i>	Óxido vermelho de ferro empregado para dar cor amarela ao vidrado (Villas-Boas, 1948:256).	Red Iron Oxide used to give the yellow color to the glaze.
<i>Asar</i>	Colocar asas nas peças (Remelgado, 2005:161).	To put handles on the pieces.
<i>Ouatro vinténs</i>	Tamanho de louça (Villas-Boas, 1948:263).	Size of the earthenware.
<i>Modelar</i>	Fazer moldes (Villas-Boas, 1948:261).	To make molds.
<i>Molhada</i>	Conjunto de cântaros, atados entre si, transportados à cabeça pelas mulheres (Remelgado, 2005:173).	Batch of pitchers, attached to each other, transported on the head by women.

Tabela 13. Exemplos de Tradução Literal.

Este tipo de procedimento é mais usado em línguas da mesma família, uma vez que o inglês, que é uma língua germânica e a língua portuguesa faz parte do grupo de línguas latinas.

3. **Transposição.** Tradução que implica mudança da categoria gramatical (Vinay e Darbelnet; 1995: 88).

Nome	Definição	Tradução
<i>Arredar</i>	Diminuição de volume, durante o processo de cozedura, devido à evaporação de água (Remelgado, 2005:161).	To lose volume because of the water evaporation during the cooking process.
<i>Capa de metal</i>	Diz-se do vidrado da louça quando principia a fundir com o calor (Remelgado, 2005:165).	When the glaze of the earthenware merges because of the heat.
<i>Aparelhar a louça</i>	Colocação de asas, bicos, canudos, rabos e vertedores nas peças (Villas-Boas, 1948:257; Remelgado, 2005:161).	To decorate the pieces with handles, spouts, straws, tails and spillways.
<i>Encalido</i>	Característica do barro que possui pouca água, não podendo ser trabalhado (Remelgado, 2005:167).	When the clay has little water and can't be worked.
<i>Mascotar o barro</i>	Pisá-lo no vergadoiro para lhe desfazer os codelhos (Villas-Boas, 1948:261).	To knead the clay on a table to undo the pieces of clay, still hard, that can be found in the middle of the already kneaded clay.
<i>Pisar o barro</i>	Reduzi-lo a pequenos fragmentos para mais facilmente ser demolido (Villas-Boas, 1948:262).	To reduce the clay into small fragments to be easily wet.

Tabela 14. Exemplos de Transposição.

A transposição pode ser utilizada para contornar a tradução literal, mas também para evitar repetições de expressões usadas anteriormente. Nos exemplos destacados fizeram-se as seguintes alterações: primeiro e terceiro exemplos, nas respectivas traduções, os nomes passaram para verbos; no segundo caso o verbo “diz-se” passou para a conjunção “when”; no quarto exemplo foi utilizada a mesma conjunção, mas neste caso substituindo um nome; nos dois últimos exemplos encontramos um pronome pessoal substituído por um determinante e um nome.

5. Adaptação. Substituição de referências culturais da LP por referências culturais da LC, para que os leitores da tradução possam entender a mensagem (Vinay e Darbelnet; 1995: 90-91).

Nome	Definição	Tradução
<i>Medidor</i>	Utensílio de forma alongada, de madeira, com pequenos sulcos ao longo da sua extensão, utilizado para medir o tamanho das peças. Apesar de ser um dos utensílios mais característicos da região, atualmente não é utilizado, salvo raras exceções. Efetivamente, as tradicionais designações atribuídas à louça de Barcelos, atendendo à sua dimensão, deram lugar a uma nomenclatura baseada numa numeração sequencial (ex. panela nº1, nº2, etc.), muitas vezes em função das formas utilizadas, que pouco têm a ver com os utensílios rudimentares que durante décadas caracterizaram o universo de uma olaria. Os medidores [...] continua, a ser um instrumento de uso essencial para a produção [...]. O medidor pode apresentar diversos tamanhos, consoante o tamanho da peça que o oleiro pretende produzir. Assim, existem medidores que apresentam 8 sulcos, correspondentes aos diferentes tamanhos que podem ser produzidos, [...] cujas medidas podem ser descritas do seguinte modo:• Comprimento total 880 mm:• Cozinheiro 645 mm:• Canada 520 mm:• Meia Canada 460 mm:• Meio Quartilho 290 mm:• Quartilho 400 mm:• Risco 350 mm:• Quatro Vinténs 240 mm:• Quarteirão 190 mm. Estas são medidas aproximadas do diâmetro de peças de forma circular (Remelgado, 2005:172, 173).	Measurer: elongated tool made of wood with small grooves through the entire instrument, used to measure the size of pieces. Despite being one of the most characteristic tool of the region, nowadays it isn't used, with rare exceptions. Effectively, the traditional designation given to Barcelos earthenware, according to the size, led to a classification based on a sequential numbering (eg. pan nº1, nº2, etc.). It often depends on the molds used, which have little to do with rudimentary tools that for decades characterized the universe of a pottery. They [...] continue to be an essential tool for production [...]. They can have different sizes depending on the size of the piece that the potter wants to make. Thus, there are measurers with 8 grooves, corresponding to different sizes that can be produced, [...] whose measures can be described as follows:• Total length 880 mm:• "Cozinheiro" 645 mm:• "Canada" 520 mm (1canada=2 liters):• Half "Canada" 460 mm:• Half Pint 290 mm:• Pint 400 mm:• "Risco" 350 mm:• Four "Vinténs" 240 mm (old Portuguese coin):• Quarter 190 mm. These are approximate measures of the diameter of the pieces with circular shape.
<i>Quarteirão</i>	Tamanho de louça (Villas-Boas, 1948:262).	The fourth part of a bottle.
<i>Quartilho</i>	Tamanho de louça (Villas-Boas, 1948:263).	Measure of capacity equal half a liter.

Tabela 15. Exemplos de Adaptação.

Este procedimento é utilizado nas situações em que não é possível traduzir e, por isso, procura-se substituir a referência cultural usada na LP por uma mais próxima da LC. Durante a tradução do glossário usamos a adaptação nas unidades de medida.

6. Equivalência. Recodificação de uma mesma realidade por processos estilísticos e / ou culturais diversos, tendo em conta a totalidade da mensagem.

Nome	Definição	Tradução
<i>Abrir a louça</i>	Fazer louça na roda (Villas-Boas, 1948:256).	To through pots. To make earthenware in the wheel.
<i>Temperar a louça</i>	Regular a cozedura; fazer a composição da tinta (Remelgado, 2005:177).	Tempering the earthenware; to control the temperature; to make the ink.
<i>Campo da roda</i>	Superfície superior da roda (Villas-Boas, J.1948:258); roda inferior do torno (Remelgado, 2005:163).	Wheelhead; Flywheel.
<i>Eixo</i>	Veio da roda (Villas-Boas, J. 1948:259); Barra vertical da roda do oleiro, que une a roda superior à roda inferior (Remelgado, 2005:166).	Shaft; Vertical bar of the potter's wheel that connects the up wheel to the bottom one.

Tabela 16. Exemplos de Equivalência.

A utilização de algumas expressões como “fazer louça na roda” ou “temperar a louça” são exemplos de casos, nos quais é possível encontrar uma expressão equivalente. O mesmo aconteceu com a roda do oleiro e os seus componentes, como podemos concluir dos elementos citados.

Após esta análise parece-nos pertinente introduzir outra abordagem (Aubert *in* Urrutia, 2008: 21-22), baseada nos métodos ou procedimentos descritos por Vinay e Darbelnet. As modalidades utilizadas são treze: omissão, transcrição, empréstimo, decalque, tradução literal, transposição, explicitação/ implicação, modulação, adaptação, tradução intersemiótica, erro, correção, acréscimo. Das modalidades indicadas, aquando da tradução para o inglês, foram usadas três.

1. Omissão. Consiste na supressão de uma determinada parte do texto de forma a não estar disponível no TC (Urrutia, 2008: 22).

Nome	Definição	Tradução
<i>Afogalhada</i>	Diz-se da louça que, tendo sido cozida em fogo forte e descontínuo, apresenta uma superfície irregular (Remelgado, 2005:160).	Earthenware with an irregular surface because it was cooked in a strong and discontinued fire.
<i>Assento</i>	Lugar da roda onde se senta o oleiro (Remelgado, P. 2005:161).	Potter's wheel seat.
<i>Bojeiro</i>	Designação atribuída a um objecto bojudo (Remelgado, 2005:162).	Bulging object.
<i>Revê</i>	Diz-se da louça que lança fora água por fendas imperceptíveis: a louça resuma (Villas-Boas, 1948:263).	Earthenware that loses water by imperceptible holes;
<i>Tarimbas</i>	Barras de ferro colocadas dentro do forno, com o objetivo de sustentar a estrutura, colocadas em redor da cozinha, sobre as quais eram colocadas as peças para secarem (Remelgado, 2005:177).	Iron bars collocated inside the kiln to support the structure and all over the kitchen to dry the pieces.
<i>Telheira</i>	Fábrica de telha (Villas-Boas, 1948:263); oficina onde se fabricavam as telhas (Remelgado, 2005:177).	Tiles' factory.

Tabela 17. Exemplos de Omissão.

Ao longo da tradução constatamos que ao longo do processo não é possível traduzir *ipsis verbis*, tudo o que se encontra no TP, seja por não ser necessário a sua tradução ou por se tornar demasiado literal. Esta modalidade deve ser usada com muita cautela para que, com o seu uso, não se perca informação. Como podemos constatar pelos exemplos, foram eliminados expressões introdutórias como “diz-se que”, “designação atribuída a”, bem como alguma informação repetida como é o caso da frase “oficina onde se fabricavam as telhas”, uma vez que “telheira” já se encontra definida como “fábrica de telhas”.

2. Transcrição. Aplica-se aos elementos comuns às duas línguas, como por exemplo algarismo e fórmulas, à semelhança do procedimento “empréstimo” referenciado por Vinay e Darbelnet (Urrutia, 2008: 22).

Nome	Definição	Tradução
Gamela(s)	Pecas circulares semiesféricas de madeira para transportar barro ou pecas pequenas (Villas-Boas, 1948:260); Recipiente de madeira, de forma circular ou rectangular, fundo, utilizado no transporte de barro e de pecas de pequenas dimensões. Este recipiente acabaria por substituir, mais tarde, os tradicionais cestos de barreira, mais frágeis. Possuía uma capacidade equivalente a um cesto de barreira, ou seja, cerca de 10 kg (Remelgado, 2005:170).	Trough: Semi-spherical, spherical or square deep wood trough used to transport clay or the small pieces; round or rectangular deep wood container used in the transport of clay or small pieces. Later these troughs would substitute the baskets, more fragile. They had the same capacity of a basket used in the clay pit, around 10 kg.
Chumbo	Vidrado de 15 partes de galena e 4 de areia ferruginosa, aplicada à louça grossa e aos brinquedos grossos vidrados. Alguns fabricantes juntam-lhe ainda um quilo de barro vermelho (Villas-Boas, 1948:259; Remelgado, 2005:165).	Glazed of 15 parts of galena and 4 of ferruginous sand applied to the tick earthenware and to the coarse glazed toys. Some potters still add 1 kg of red clay.
Vidro	Mistura de 15 partes de galena e 4 de areia moída (Villas-Boas, 1948:264).	Mix of 15 parts of galena and 4 parts of milled sand.

Tabela 18. Exemplos de Transcrição.

3. Explicitação. Para facilitar a compreensão do texto é necessário recorrer a notas de rodapé, explicações, paráfrases, entre outras.

Nome	Definição	Tradução
Cambão	Alavanca da feira (Villas-Boas, 1948:258).	Lever of a machine that makes stripes and clay handles.
Carvoeiro	O m. q. carreteiros (Remelgado, 2005: 165).	The person who took the ox cart.

Mascotar o barro	Pisá-lo no vergadoiro para lhe desfazer os codelhos (Villas-Boas, 1948: 261).	To knead the clay on a table to undo the pieces of clay, still hard, that can be find in the middle of the already kneaded clay.
Medidor	Utensílio de forma alongada, de madeira, com pequenos sulcos ao longo da sua extensão, utilizado para medir o tamanho das peças. Apesar de ser um dos utensílios mais característicos da região, atualmente não é utilizado, salvo raras exceções. Efetivamente, as tradicionais designações atribuídas à louça de Barcelos, atendendo à sua dimensão, deram lugar a uma nomenclatura baseada numa numeração sequencial (ex. panela nº1, nº2, etc.), muitas vezes em função das formas utilizadas, que pouco têm a ver com os utensílios rudimentares que durante décadas caracterizaram o universo de uma olaria. Os medidores [...] continua, a ser um instrumento de uso essencial para a produção [...]. O medidor pode apresentar diversos tamanhos, consoante o tamanho da peça que o oleiro pretende produzir. Assim, existem medidores que apresentam 8 sulcos, correspondentes aos diferentes tamanhos que podem ser produzidos, [...] cujas medidas podem ser descritas do seguinte modo:• Comprimento total 880 mm:• Cozinheiro 645 mm:• Canada 520 mm:• Meia Canada 460 mm:• Meio Ouartilho 290 mm:• Ouartilho 400 mm:• Risco 350 mm:• Ouatro Vinténs 240 mm:• Ouarteirão 190 mm. Estas são medidas aproximadas do diâmetro de peças de forma circular (Remelgado, 2005:172, 173).	Measurer: elongated tool made of wood with small grooves through the entire instrument, used to measure the size of pieces. Despite being one of the most characteristic tool of the region, nowadays it isn't used, with rare exceptions. Effectively, the traditional designation given to Barcelos earthenware, according to the size, led to a classification based on a sequential numbering (eg. pan nº1, nº2, etc.). It often depends on the molds used, which have little to do with rudimentary tools that for decades characterized the universe of a pottery. They [...] continue to be an essential tool for production [...]. They can have different sizes depending on the size of the piece that the potter wants to make. Thus, there are measurers with 8 grooves, corresponding to different sizes that can be produced, [...] whose measures can be described as follows:• Total length 880 mm:• "Cozinheiro" 645 mm:• "Canada" 520 mm (1canada=2 liters):• Half "Canada" 460 mm:• Half Pint 290 mm:• Pint 400 mm:• "Risco" 350 mm:• Four "Vinténs" 240 mm (old Portuguese coin):• Quarter 190 mm. These are approximate measures of the diameter of the pieces with circular shape.
Quartilho	Tamanho de louça (Villas-Boas, 1948: 263).	Measure of capacity equal half a liter. (0.6655 liter).
Reminar	Consertar a louça com remina (Villas-Boas, 1948: 263).	To repair the earthenware with clay and linen wire.
Retevear	Aperfeicoar a louça com o auxílio de palhetas (Villas-Boas, 1948:2 63).	To improve the earthenware using a wood tool.
Targar	Fazer cintas (Remelgado, 2005: 177).	To narrow the water pots.

Tabela 19. Exemplos de Explicitação.

O uso da explicitação é muito vantajoso em diversas ocasiões. Nos exemplos referenciados podemos identificar algumas: em casos em que não há um equivalente na LC, a explicitação torna-se uma ferramenta valiosa como podemos verificar no caso da tradução de “feira”, “carvoeiro” ou “vergadoiro”; no caso de “quartilho” a definição “measure of capacity equal a half a liter” sofre um melhoramento com a adição do valor em litros, bem como no caso das medidas usadas no quarto exemplo; de salientar ainda que a explicitação pode evitar o uso do empréstimo como podemos constatar no caso do termo “reminar”. Com a explicitação “with clay and linen wire” evitou-se o uso de “remina”.

Analisamos agora a tradução para espanhol.

1. Empréstimo

Nome	Definição	Tradução
Coberta	Parte entre o colo e o caco das talhas (Villas-Boas, 1948: 259).	Parte entre el cuello y el "caco" de las tallas.
Escariola	Arabescos traçados na louça tarjada (Villas-Boas, 1948: 260).	Arabescos trazados en la loza "tarjada".
Mosca	Instrumento em madeira de buxo ou cerejeira, ou até mesmo de metal, utilizado para dar feitio às peças. Existem diversos tipos de moscas, consoante o fim a que destinam. Assim, podemos considerar, moscas para (Remelgado, 2005:173): • Infusas; • Malgas redondas; • Poços; • Tigelas e chúcaras.	Instrumento de madera de boj o cerezo o incluso de metal, utilizado para decorar las piezas. Existen diversos tipos en función de su objetivo. Así tenemos para tazas, escudillas redondeadas; "poços", tazas y júcaras.
Pombo	Um dos malhais (Villas-Boas, 1948: 262); Peça redonda do torno, onde pousa a roda superior (Remelgado, 2005:175).	Uno de los "malhais"; pieza redondeada del torno, donde se apoya la rueda superior.
Amassar o barro	Preparar o barro no calco com a ajuda de bois a fim de o tornar plástico (Villas-Boas, 1948: 257).	Preparar el barro en el "calco" con la ayuda de los bueyes para hacerlo plástico.
Masseirão	Grande tabuleiro de madeira de paredes altas onde se pisa o barro (Villas-Boas, 1948: 261); recipiente de forma alongada, em madeira de pinho,	Grande tablero de madera de paredes altas donde se pisa el barro; recipiente de forma alargada, en madera de pino, utilizado para pisar

	utilizado para pisar o barro com um martelo de madeira – o mascoto – (prática comum em Oliveira) (Remelgado, 2005: 172); recipiente obtido a partir de um tronco, normalmente carvalho, escavado lateralmente, apresentando a configuração de uma calha arredondada de topos fechados (Fernandes, 1997: 8).	el barro con un martillo de madera - el "mascoto" - (más común en la parroquia de Oliveira); recipiente obtenido de un tronco, normalmente de roble, excavado lateralmente, presentando la configuración de una caña redondeada de topos
Mijeira	Urina depositada em cântaros para regar as hortaliças. Nas Marinhas chamavam-lhe mimo, porque, na verdade, tal adubo é um mimo precioso para as hortas. Em Fonte Boa chamavam-lhe presigo (Boaventura, 1922: 67-68 <i>cit in</i> Freitas & Macedo, 1996: 142).	Orina depositada en los cántaros para regar las hortalizas. En la parroquia de Marinhas es conocida como mimo porque en la verdad este abono es un mimo precioso para las huertas. En "Fonte Boa" lo llaman "presigo" (carne comida con pan).

Tabela 20. Exemplos de Empréstimo.

À semelhança daquilo que foi referido na análise à tradução inglesa, o uso do empréstimo serviu para solucionar a dificuldade da tradução de termos como os enunciado anteriormente, “caco”, tarjada” e “poços”. Já a inserção de termos como “calco”, “mascoto” e “presigo” tiveram como objetivo introduzir no TC algumas marcas do TP.

2. Decalque

Nome	Definição	Tradução
Amarelo	Óxido vermelho de ferro empregado para dar cor amarela ao vidro (Villas-Boas, 1948:256).	Amarillo: oxido rojo de hierro usado para dar el color amarillo al vidrio.
Cana	Instrumento de madeira utilizado na execução do bordo do cântaro (Remelgado, 2005:164).	Caña: instrumento de madera utilizado en la ejecución del borde del cántaro.
Carro de barro	28 cestos de barro da barreira (Villas-Boas, 1948:258).	28 cestos de barro de la barrera.
Casa do barro	Designação atribuída por alguns oleiros ao local onde amontoavam o barro, pronto a ser utilizado (Remelgado, 2005: 165).	Casa del barro: lugar donde ponían el barro listo para ser utilizado.
Fumo	Designação atribuída às peças que apresentam um vidro embaciado (Remelgado, 2005:169).	Humo; Piezas que tienen un vidrio empañado.
Guiço	Lenha verde (Villas-Boas, 1948: 261).	Leña verde.

Tabela 21. Exemplos de Decalque.

A tradução com o uso do decalque utiliza sistemas fonéticos e ortográficos semelhantes. Esta evidência é mais óbvia no caso português-espanhol por pertencerem à mesma família de línguas: as línguas latinas. Tanto na fonética como a nível lexical ou gramatical, os dois idiomas compartilham uma enorme afinidade pelo facto de ter havido uma tradição cultural comum na Península Ibérica. Essa afinidade reflete-se nos exemplos “casa de barro”- “casa del barro”, “fumo” - “humo” ou “lenha verde” - “leña verde”.

3. Tradução literal

Nome	Designação	Tradução
<i>Guiço</i>	Lenha verde (Villas-Boas, 1948: 261).	Leña verde.
<i>Hidrocerames</i>	Louça para conservação de água fresca (Remelgado, 2005: 170).	Loza para conservación de agua fresca.
<i>Lareira</i>	Instrumento de madeira utilizado para levantar a lenha durante o processo de cozedura (Remelgado, 2005: 170).	Instrumento de madera utilizado para levantar la leña durante el proceso de cocción.
<i>Listradeira</i>	Instrumento de madeira utilizado na decoração das peças (Remelgado, 2005:171).	Instrumento de madera utilizado en la decoración de las piezas.
<i>Loto</i>	Galeria subterrânea de onde se extrai o barro (Remelgado, 2005:171).	Galería subterrânea donde se extrae el barro.
<i>Louça choca</i>	Louça húmida (Remelgado, 2005:171).	Loza húmeda.
<i>Louça clara</i>	Tonalidade adquirida pela louça quando se encontra cozida (Remelgado, 2005:171).	Loza clara: tonalidad adquirida por la loza cuando se encuentra cocida.
<i>Louça eivada</i>	Louça partida (Remelgado, 2005: 171).	Loza partida.
<i>Louça encruada</i>	Louça crua (Remelgado, 2005: 171).	Loza cruda.

Tabela 22. Exemplos de Tradução Literal.

Devido à semelhança lexical, fonética e gramatical, a tradução literal foi um procedimento muito utilizado.

4. Transposição

Nome	Definição	Tradução
<i>Arredamento</i>	Descida da louça no forno durante a cozedura devido à evaporação da água que existia no barro, dando à louça uma diminuição de volume (Villas-Boas, 1948:257).	La loza pierde volumen durante el proceso de cocción debido a la evaporación de agua que había en el barro.
<i>Figurado</i>	Boneco tosco de barro; nome extensivo aos bonecos (Villas-Boas, 1948:260).	Muñeco tosco de barro; nome donado a los muñecos.
<i>Fornada</i>	Conjunto de peças cozidas em simultâneo (Remelgado, 2005:169).	Conjunto de piezas cocidas al mismo tiempo.
<i>Modelar</i>	Fazer moldes (Villas-Boas, 1948:261).	Modelar.
<i>Monelho</i>	Saco com palha utilizado pelas mulheres na zona do pescoço, como suporte à molhada (Remelgado, 2005:173).	Bolsa de paja utilizada por las mujeres en la zona del cuello para soportar la hornada de cántaros que ellas transportaban en la cabeza.

Tabela 23. Exemplos de Transposição.

Uma das razões que justificam a utilização da transposição relaciona-se com o facto de se pretender TC limpo de marcas de tradução.

5. Adaptação

Nome	Definição	Tradução
<i>Enrabada</i>	Designação atribuída às peças que possuem um rabo (Remelgado, 2005:168).	Piezas con cola.

Medidor	<p>Utensílio de forma alongada, de madeira, com pequenos sulcos ao longo da sua extensão, utilizado para medir o tamanho das peças. Apesar de ser um dos utensílios mais característicos da região, atualmente não é utilizado, salvo raras exceções. Efetivamente, as tradicionais designações atribuídas à louça de Barcelos, atendendo à sua dimensão, deram lugar a uma nomenclatura baseada numa numeração sequencial (ex. panela nº1, nº2, etc.), muitas vezes em função das formas utilizadas, que pouco têm a ver com os utensílios rudimentares que durante décadas caracterizaram o universo de uma olaria. Os medidores [...] continua, a ser um instrumento de uso essencial para a produção [...]. O medidor pode apresentar diversos tamanhos, consoante o tamanho da peça que o oleiro pretende produzir. Assim, existem medidores que apresentam 8 sulcos, correspondentes aos diferentes tamanhos que podem ser produzidos, [...] cujas medidas podem ser descritas do seguinte modo: • Comprimento total 880 mm; • Cozinheiro 645 mm; • Canada 520 mm; • Meia Canada 460 mm; • Meio Quartilho 290 mm; • Quartilho 400 mm; • Risco 350 mm; • Quatro Vinténs 240 mm; • Quarteirão 190 mm. Estas são medidas aproximadas do diâmetro de peças de forma circular (Remelgado, 2005:172, 173).</p>	<p>Medidor: utensilio con forma alargada, de madera, con pequeños surcos a lo largo de su extensión, usado para medir el tamaño de las piezas. Aunque sea uno de los utensilios más característicos de la región, actualmente no es utilizado, salvo raras excepciones. Efectivamente las tradicionales designaciones atribuidas a las loza de Barcelos, de acuerdo con su dimensión, originaron una nomenclatura basada en una numeración secuencial (ex. olla nº1, nº2, etc.), muchas veces de acuerdo con las formas utilizadas, que poco tiene que ver con los utensilios rudimentarios usadas en la alfarería. Los medidores [...] siguen siendo un instrumento esencial para la producción [...]. El medidor puede tener diversos tamaños, en función del tamaño de la pieza que el alfarero desea producir. Así, hay medidores que pueden presentar 8 surcos, correspondientes a los diferentes tamaños que pueden ser producidos, [...] cuyas medidas medidas pueden ser descritas así: Longitud total 880 mm; “Cozinheiro” 645 mm; “Canada” 520 mm (1 canada = 2 litros); Medio “Canada” 460; Media Pinta 290; Pinta 400; “Risco” 350 mm; Quatro “Vinténs” (antigua moneda Portuguesa) 240; “Quarteirão” 190 mm. Estas son medidas aproximadas del diámetro de las piezas de forma circular.</p>
----------------	--	---

Tabela 24. Exemplos de Adaptação.

O caso-modelo deste tipo de modalidade é a adaptação das medidas usadas de português para espanhol, que aqui destacamos o “quartilho”.

6. Equivalência

Nome	Definição	Tradução
Canelha	Parte que liga a caldeira com o exterior do forno (Villas-Boas, J.1948:258); entrada da caldeira (Remelgado, 2005:164).	Parte que liga el hogar al exterior del horno; entrada del hogar.

Carrolina	Pedal de madeira, com uma fivela, onde o oleiro colocava o pé, impulsionando o movimento da roda (Remelgado, 2005:164).	Volante de inercia, donde el alfarero ponía el pie para impulsionar el torno.
Estribo	Assento do pé (Remelgado, 2005:169).	Reposapiés.

Tabela 25. Exemplos de Equivalência.

Tal como já foi referido na análise à tradução inglesa, também no caso espanhol a melhor forma de representarmos a equivalência são os vários equivalentes a que tivemos de recorrer para descrever as partes constituintes da roda do oleiro.

Com base na análise Aubert, destacamos as seguintes modalidades:

1. Omissão

Nome	Definição	Tradução
Conteira	Instrumento para pintar desenhos em forma de contas (Remelgado, 2005: 166).	Instrumento para pintar dibujos.
Enrabada	Designação atribuída às peças que possuem um rabo (Remelgado, 2005: 168).	Piezas con cola.
Enxada de barreira	Instrumento utilizado pelos barreiros na extracção do barro das barreiras (Remelgado, 2005: 168).	Azada usada en las barreras en la extracción del barro.
Paneleiro	Designação atribuída aos oleiros (Fernandes, 1997: 8).	Alfarero.

Tabela 26. Exemplos de Omissão.

A omissão pode suprimir a dificuldade em se traduzir determinado termo como no caso de “contas”, suprimir as redundâncias como na utilização de “barreiros” e “barreiras” na mesma frase ou ainda para simplificar a tradução e, assim, ficar mais natural.

2. Transcrição

Cesta de barreira	Cesto de verga para onde era extraído o barro; unidade de medida, utilizado para o carregamento dos carros de bois. A sua capacidade equivalia a 10 kg de barro (Remelgado, 2005: 165)	Cesto de barrera: cesto hacia donde era extraído el barro; unidad de medida, utilizado para la carga de las carreta de bueyes. Su capacidad equivalía a 10 kg de barro.
Chumbo	Vidrado de 15 partes de galena e 4 de areia ferruginosa, aplicada à louça grossa e aos brinquedos grossos vidrados. Alguns fabricantes juntam-lhe ainda um quilo de barro vermelho (Villas-Boas, 1948: 259; Remelgado, 2005: 165).	Vidriado de 15 partes de galena y 4 de arena ferruginosa, aplicada a la loza gruesa e a los juguetes gruesos vidriados. Algunos fabricantes le añaden un quilo de barro rojo.
Medidor	Utensílio de forma alongada, de madeira, com pequenos sulcos ao longo da sua extensão, utilizado para medir o tamanho das peças. Apesar de ser um dos utensílios mais característicos da região, atualmente não é utilizado, salvo raras exceções. Efetivamente, as tradicionais designações atribuídas à louça de Barcelos, atendendo à sua dimensão, deram lugar a uma nomenclatura baseada numa numeração sequencial (ex. panela nº1, nº2, etc.), muitas vezes em função das formas utilizadas, que pouco têm a ver com os utensílios rudimentares que durante décadas caracterizaram o universo de uma olaria. Os medidores [...] continua, a ser um instrumento de uso essencial para a produção [...]. O medidor pode apresentar diversos tamanhos, consoante o tamanho da peça que o oleiro pretende produzir. Assim, existem medidores que apresentam 8 sulcos, correspondentes aos diferentes tamanhos que podem ser produzidos, [...] cujas medidas podem ser descritas do seguinte modo:• Comprimento total 880 mm:• Cozinheiro 645 mm:• Canada 520 mm:• Meia Canada 460 mm:• Meio Ouartilho 290 mm:• Ouartilho 400 mm:• Risco 350 mm;• Quatro Vinténs 240	Medidor: utensilio con forma alargada, de madera, con pequeños surcos a lo largo de su extensión, usado para medir el tamaño de las piezas. Aunque sea uno de los utensilios más característicos de la región, actualmente no es utilizado, salvo raras excepciones. Efectivamente las tradicionales designaciones atribuidas a las loza de Barcelos, de acuerdo con su dimensión, originaron una nomenclatura basada en una numeración secuencial (ex. olla nº1, nº2, etc.), muchas veces de acuerdo con las formas utilizadas, que poco tiene que ver con los utensilios rudimentarios usadas en la alfarería. Los medidores [...] siguen siendo un instrumento esencial para la producción [...]. El medidor puede tener diversos tamaños, en función del tamaño de la pieza que el alfarero desea producir. Así, hay medidores que pueden presentar 8 surcos, correspondientes a los diferentes tamaños que pueden ser producidos, [...] cuyas medidas pueden ser descritas así: Longitud total 880 mm; “Cozinheiro” 645 mm; “Canada” 520 mm (1 canada = 2 litros); Medio “Canada” 460; Media Pinta 290; Pinta 400; “Risco” 350 mm; Ouatro “Vinténs” (antigua moneda Portuguesa) 240; “Ouarteirão” 190 mm. Estas son medidas aproximadas del diámetro de las piezas de forma circular.

	mm:• Quarteirão 190 mm. Estas são medidas aproximadas do diâmetro de peças de forma circular (Remelgado, 2005:172, 173).	
Preto	10 partes de gesso e 1 de bióxido de manganês.	10 partes del yeso y 1 de bióxido de manganeso.

Tabela 27. Exemplos de Transcrição.

O uso da transcrição é um dos processos mais fáceis de utilizar porque, como o próprio nome indica, implica a transposição de algarismo ou fórmulas da LP para a LC, como está patente nas medidas e composições acima descritas.

3. Explicitação

Nome	Definição	Tradução
Cambão	Alavanca da feira (Villas-Boas, 1948:258).	Palanca de la máquina que hace tiras y asas de barro.
Coadeira	O m. a. alisadeira (Remelgado, 2005:165).	Instrumento de madera usado para bruñir la piel de los potes.
Encrespar	Fazer pequenas aspas gravadas nas talhas (Villas-Boas, 1948:260).	Hacer una ondulación longa grabada en las tallas.
Mascotar o barro	Pisá-lo no vergadoiro para lhe desfazer os codelhos (Villas-Boas, 1948:261).	Písalo en una mesa para deshacer los pedazos más grandes .
Medidor	Utensílio de forma alongada, de madeira, com pequenos sulcos ao longo da sua extensão, utilizado para medir o tamanho das peças. Apesar de ser um dos utensílios mais característicos da região, atualmente não é utilizado, salvo raras exceções. Efetivamente, as tradicionais designações atribuídas à louca de Barcelos, atendendo à sua dimensão, deram lugar a uma nomenclatura baseada numa numeração sequencial (ex. panela nº1, nº2, etc.), muitas vezes em função das formas utilizadas, que pouco têm a ver com os utensílios rudimentares que durante décadas caracterizaram o universo de uma olaria. Os medidores [...] continua, a ser um instrumento de uso essencial para a produção [...]. O medidor pode apresentar diversos	Medidor: utensilio con forma alargada, de madera, con pequeños surcos a lo largo de su extensión, usado para medir el tamaño de las piezas. Aunque sea uno de los utensilios más característicos de la región, actualmente no es utilizado, salvo raras excepciones. Efectivamente las tradicionales designaciones atribuidas a las loza de Barcelos, de acuerdo con su dimensión, originaron una nomenclatura basada en una numeración secuencial (ex. olla nº1, nº2, etc.), muchas veces de acuerdo con las formas utilizadas, que poco tiene que ver con los utensilios rudimentarios usadas en la alfarería. Los medidores [...] siguen siendo un instrumento esencial para la producción [...]. El medidor puede

	tamanhos, consoante o tamanho da peça que o oleiro pretende produzir. Assim, existem medidores que apresentam 8 sulcos, correspondentes aos diferentes tamanhos que podem ser produzidos, [...] cujas medidas podem ser descritas do seguinte modo:• Comprimento total 880 mm;• Cozinheiro 645 mm;• Canada 520 mm;• Meia Canada 460 mm;• Meio Quartilho 290 mm;• Quartilho 400 mm;• Risco 350 mm;• Quatro Vinténs 240 mm;• Quarteirão 190 mm. Estas são medidas aproximadas do diâmetro de peças de forma circular (Remelgado, 2005:172, 173).	tener diversos tamaños, en función del tamaño de la pieza que el alfarero desea producir. Así, hay medidores que pueden presentar 8 surcos, correspondientes a los diferentes tamaños que pueden ser producidos, [...] cuyas medidas pueden ser descritas así: Longitud total 880 mm; “Cozinheiro” 645 mm; “Canada” 520 mm (1 canada = 2 litros); Medio “Canada” 460; Media Pinta 290; Pinta 400; “Risco” 350 mm; Quatro “Vinténs” (antigua moneda Portuguesa) 240; “Quarteirão” 190 mm. Estas son medidas aproximadas del diámetro de las piezas de forma circular.
<i>Mijeira</i>	Urina depositada em cântaros para regar as hortaliças. Nas Marinhas chamavam-lhe mimo, porque, na verdade, tal adubo é um mimo precioso para as hortas. Em Fonte Boa chamavam-lhe presigo (Boaventura, 1922:67-68 cit in Freitas, & Macedo, 1996:142)	Orina depositada en los cántaros para regar las hortalizas. En la parroquia de Marinhas es conocida como mimo porque en la verdad este abono es un mimo precioso para las huertas. En “Fonte Boa” lo llaman “presigo” (carne comida con pan).
<i>Peloirar o barro</i>	Disponer o barro em pelouros/pelouros (Remelgado, 2005:174).	Disponer el barro en tronco de cono de barro.

Tabela 28. Exemplos de Explicitação.

O uso da explicitação é essencial para a compreensão da mensagem, uma vez que implica suprimir a falta de tradução algum termo como no caso de “contas”, “feira”, “vergadoiro”, “codelho”. A explicitação permite utilizar o empréstimo, onde trazemos um pouco da cultura original ao texto de chegada e acrescentando uma breve explicação como no caso de “Vinténs” - ”antigua moneda Portuguesa” e “presigo” - ”carne comida con pan”.

- **Pós-transferência**

A parte da revisão e correção do texto traduzido implica quase uma mudança de pele, de tradutor para revisor. O papel de tradutor e de revisor são distintos, apesar de semelhantes.

Por isso, foi necessário parar durante algum tempo para “largar” a tradução. Este período serviu para desligar-me do papel de tradutora e conseguir encarnar o papel de revisora, de maneira a conseguir um olhar mais crítico, sobre a tradução.

No capítulo dedicado aos termos e definições, o Comité Europeu para a Estandardização (2006 *in* Robert, 2008: 2) dá-nos a seguinte definição de revisão: “to examine translation for its suitability for the agreed purpose, compare the source and the target texts and recommend corrective measures”.

Assim o processo de revisão diz respeito à análise do texto a nível de terminologia, léxico, gramática, pontuação, erros topográficos.

Foi necessário reler a terminologia que foi adquirida antes da tradução e a partir daqui voltamos ao trabalho de revisão.

Conclusão

A história de um país é construída pela sua gente e cultura, que se reflete nos seus monumentos, edifícios, património imaterial e em espaços como os Museus, locais de preservação, mas também de vivência de cultura. Numa sociedade globalizada, torna-se necessário proceder a uma revalorização da comunidade e da identidade coletiva, redefinindo-a numa abordagem transcultural. Tal abordagem encontra fortes motivações na história recente de Portugal: crises políticas e económicas, ao longo do século XX e até ao presente, levam a vagas migratórias (emigração e remigração); a integração europeia potencia o desenvolvimento de Portugal como destino turístico. O encontro com o património requer estratégias multilíngues, seja para o neto de emigrantes portugueses a viver na França ou nos Estados Unidos que já não fala a ‘Língua de Camões’, seja para o turista não-lusófono interessado em encontrar experiências comparáveis ou culturalmente interligadas. É neste sentido que fizemos uma abordagem do Museu da Olaria em Barcelos na encruzilhada entre Turismo e Museologia.

O turismo tem-se revelado, ao longo dos séculos, como uma indústria potenciadora de economias, representando uma enorme percentagem no PIB de diversos países. Desde a viagem organizada por Thomas Cook, que marca o advento do turismo coletivo, este evoluiu para um turismo de massas, influenciando cada vez mais o comportamento das pessoas e alcançando uma dimensão económica sem precedentes. Em Portugal, só durante o séc. XX é que podemos, verdadeiramente, falar num *boom* do turismo. Com a internacionalização da imagem de Portugal, surgem os principais organismos dinamizadores da respetiva indústria. Nota-se desde já um desequilíbrio na distribuição pelo país, com especial destaque para Lisboa, Algarve e Madeira. Esta é uma das principais marcas do desenvolvimento do turismo a nível nacional: um crescimento centrado em determinadas regiões, muitas vezes, de forma desorganizada e sem planeamento.

Hoje em dia, há uma maior preocupação com estas questões e surgem outras regiões que conseguem por si só atrair turistas, como é o caso do Porto. Prova disso é o facto de esta cidade já ter sido considerada *Melhor Destino Europeu*, nos anos de 2012 e 2014. Contudo, ainda existe demasiada concentração em determinados atrativos e motivações, como Sol & Mar, que servem de base essencial dos produtos turísticos. Um dos maiores desafios do país é o da diversificação.

Atualmente, diversificação é a palavra-chave para atrair o turista cultural que é muito diferente daquele que procura Sol & Mar. O turista cultural procura um maior envolvimento com o destino que visita, uma experiência de vida. Os museus têm um papel determinante nesta criação de experiências do ‘autêntico’.

Também os museus sofreram uma evolução que alterou a perspetiva que as pessoas têm do museu e que o museu tem do local onde está inserido. O conceito de património foi revisto e ampliado, englobando o meio ambiente, o saber e o artefacto. Ao longo das últimas décadas do século XX surgiram diversos projetos museológicos, com características comuns, possibilitando a construção de uma ‘Nova Museologia’.

Passamos de um espaço utilizado como ‘depósito’ para a preservação dos objetos que a sociedade já não utiliza, mas quer preservar, a um espaço educativo, em relação com a comunidade onde está inserido e perspetivando estratégias de atração de maior número de visitantes. Num mundo cada vez mais globalizado surge também a necessidade de preservar aquilo que é característico de cada local.

Com a ‘Nova Museologia’ dá-se, também, a descentralização dos museus partindo do museu nacional para a criação de cada vez mais museus regionais e locais. Nesta perspetiva surgiram, em Portugal, dezenas de museus de menor dimensão, que simbolizam a valorização das singularidades locais. O Norte de Portugal apresenta uma realidade museológica muito extensa e díspar, constituída por estruturas museológicas de dimensões muito distintas. Estes museus assumiram um papel mediador cultural e comunicacional,

exercendo uma importante ação educativa junto de uma grande diversidade de comunidades. Ao mesmo tempo, os museus contribuem também para o enriquecimento da oferta de turismo cultural, como ponto de partida para a descoberta dos diferentes locais de visita de uma região.

Neste contexto, os museus têm de se adaptar a esta nova realidade e apostar na sua função diferenciadora. Para tal têm que disponibilizar textos em diversas línguas e linguagens, realizar atividades inovadoras, tornando as visitas memoráveis, convertendo os museus em marcos inesquecíveis da experiência vivida em diferentes locais e fator de desenvolvimento das mesmas. Tal será possível mesmo no caso dos museus mais pequenos, que nunca irão originar uma deslocação propositada, mas cabe às instituições responsáveis criar produtos turísticos, onde estes museus podem ser inseridos.

O Museu de Olaria é um exemplo destes museus de dimensão mais reduzida, que se baseia em práticas criativas, transmissoras de identidade coletiva, que se vão perdendo no tempo, quer devido à crescente introdução de máquinas na olaria, que foi pondo de parte os processos de produção mais arcaicos, quer devido ao surgimento de novos materiais que se sobrepuseram ao barro.

O concelho de Barcelos é um território fortemente marcado por uma identidade cultural e etnológica decorrente da variedade de artes e ofícios que se desenvolvem por todo o município, dos quais se destaca o trabalho em barro. A olaria e, mais especificamente, o Figurado entraram ao longo do século XX como ‘marca’ no discurso da identidade nacional, fazendo de Barcelos e – com o processo da musealização – do Museu de Olaria uma montra daquilo que os artesãos portugueses fizeram ao longo dos séculos e continuam a fazer.

A presença internacional do Museu de Olaria fundamenta-se em boa parte, na ‘descoberta’ de Rosa Ramalho como figura emblemática da olaria tradicional portuguesa. A projeção do nome de Rosa Ramalho juntamente com a utilização do galo como símbolo

nacional foram determinantes e devem ser mantidas para a projeção da imagem do Museu de Olaria a nível internacional. Por um lado, o reconhecimento mundial de Rosa Ramalho deu maior visibilidade à região de Barcelos e ainda hoje muitos dos visitantes nacionais e internacionais deste Museu relembram Rosa Ramalho como um símbolo nacional⁶⁴; por outro lado, em sequência da política de valorização da cultura material e imaterial implementada pelo Estado Novo, promoveu-se a valorização de algumas manifestações artísticas, nomeadamente, a nível artesanal, com o Galo de Barcelos. Estes elementos serviram de bandeira para a preservação da Portugalidade no País e no mundo, como fator de união. António Ferro foi determinante para a projeção da imagem do Galo de Barcelos como símbolo nacional, tendo-o descoberto em 1931, mas só no decorrer da Exposição do Mundo Português, em 1941, é que passaria a ser um símbolo português. O redesenho do Galo feito por volta de 1955 concedendo-lhes novas cores, transformou-o em cartaz turístico português. A Feira de Barcelos continuou a ser o principal local de venda do Galo, mas para a sua divulgação contribuiu também a emigração portuguesa, que levava consigo esta ‘mascota’ do seu país.

Durante muitos anos, o Galo de Barcelos ficou associado a um sentimento de saudade. Contudo, se queremos atingir novos públicos, é necessário ir para além do saudosismo dos emigrantes. A criação de um glossário multilingue tem como objetivo dar fundamento a estratégias comunicativas de experiências transculturais. Defendemos que esta base de dados irá ajudar a colmatar uma lacuna evidente: a falta de materiais multilingues.

Se analisarmos o material disponível em outras línguas, nomeadamente inglês, francês e espanhol, as estratégias comunicativas e o seu alcance na atração de públicos, chegamos à conclusão que não existe muita documentação multilingue. Apesar de já há muitos anos existir essa preocupação, os materiais de divulgação e de informação só

⁶⁴ Atualmente, a sua obra é relembrada nas diversas exposições apresentadas no Museu de Olaria.

começaram a ser disponibilizados na língua inglesa depois da reabertura do museu, a 31 de agosto de 2014. Relativamente à língua francesa obtivemos informação de que o Museu já possuiu, mas atualmente, não. Quanto ao espanhol não existe nenhuma documentação disponível, o que é difícil de compreender quando sabemos que os visitantes estrangeiros representam 20% do total de visitantes e os espanhóis são aqueles que mais visitam Barcelos, só ultrapassados por portugueses. Com esta política torna-se difícil delinear a estratégia comunicativa do Museu, que a nível documentação multilingue disponível ao público é muito pobre. De destacar que, no momento em que escrevemos esta tese, o sítio na *internet* disponível em português, está a oferecer só alguma informação básica em inglês como, por exemplo, a descrição sucinta dos espaços de exposição.

Após a pesquisa efetuada não conseguimos encontrar nenhum glossário com as características que pretendíamos desenvolver. Encontramos glossários multilingues sobre a museologia, cerâmica e até olaria, mas apenas em Português-Inglês e Inglês-Português, Português-Espanhol e Espanhol-Português. Contudo, estes glossários, bem como a documentação escrita e *on-line* encontrada não incidem na particularidade da olaria desta região e respetiva terminologia. Neste sentido houve algum vocabulário que foi aproveitado, mas a maioria foi tradução nossa.

Neste sentido, o glossário multilingue foi criado de raiz com base no documento cedido pelo Museu, que por sua vez tinha sido fruto da investigação de outro estagiário, com a devida aprovação da direção do Museu. Conseguimos desenvolver um glossário trilingue de raiz, com 362 termos.

Relativamente à pertinência da criação deste tipo de glossário, concluímos que, a tradução na área da olaria existe já com grande volume de documentos, sobretudo, focalizada numa olaria mais moderna, mas encontramos também muitas referências mais antigas. Por outro lado, há uma escassez de estudos terminológicos sobre a área com a

estrutura definida para a criação da base de dados multilingue. No que diz respeito ao Museu de Olaria, existia apenas um glossário em português que reunia o vocabulário ligado à olaria. Uma vez que a terminologia sobre olaria poderá ser bastante explorada nas visitas guiadas ao museu, mas também nos materiais de divulgação, textos para revistas temáticas e textos informativos disponibilizados no *site* do museu, achamos pertinente a criação deste glossário.

Com a criação deste glossário, a equipa de trabalho do Museu passa a ter disponível uma ferramenta, à qual pode recorrer (i) para a preparação de uma visita guiada em inglês ou espanhol; (ii) na criação de material multilingue de divulgação; (iii) na preparação de uma exposição, podendo recorrer a esta base de dados para obter definições de apoio à coleção. A somar a isto o glossário poderá contribuir, ainda, para a (i) preservação de uma linguagem em desuso; (ii) reunião no mesmo documento de informação que está dispersa por vários livros, acrescido de (iii) estar disponível em português, inglês e espanhol.

Relativamente à tradução do glossário tivemos algumas dificuldades. Para a apresentação do resultado da nossa tradução optamos por utilizar duas metodologias sugeridas por Vinay e Darbelnet e Aubert.

Tanto para a tradução inglesa como espanhola usamos as seguintes metodologias de Vinay e Darbelnet: empréstimo, decalque, tradução literal, transposição, adaptação. Optamos por não utilizar a equivalência e modelação, por não terem sido necessárias. Por outro lado, aproveitamos as sugestões de Aubert e utilizamos, sobretudo, a omissão, a transcrição e, ainda, a explicitação.

Tanto estas modalidades, bem como o uso da metodologia de Gouadec foram muito importantes para o desenvolvimento da tradução.

Mesmo assim deparamo-nos com três grandes dificuldades que passamos a elencar:

1. Vocabulário em desuso. Ao longo da análise do glossário apercebemo-nos de que algum vocabulário já não era utilizado e, por isso, não era conhecido nem pelos técnicos do museu, nem pelos artesãos que questionamos. O problema dava-se a nível da tradução do termo, por isso, optamos, na maior parte dos casos, pela tradução da sua definição. Este foi o maior dos problemas da tradução que tivemos de enfrentar. Optamos pelo uso do empréstimo, omissão e explicitação;

2. Vocabulário muito específico de uma região. Foi uma tarefa praticamente impossível traduzir alguns termos por não encontrarmos um equivalente na LC. Neste sentido, optamos pela tradução da definição. Neste caso esta definição poderá ser, posteriormente, reutilizada em futuras exposições ou em material de divulgação;

3. Tradução demasiado literal. A tradução, tal como já foi referido anteriormente, não se trata apenas da passagem de um texto da LP para a LC. Trata-se de um exercício que vai muito para além das palavras. Contudo, às vezes é difícil manter esta informação presente e também devida à influência de outros fatores como a pressão do tempo, a tradução literal parece o caminho mais fácil. No caso da tradução espanhola poderá não representar um problema tão grande, mas no inglês, por se tratar de línguas tão diferentes as marcas da tradução literal são muito prejudiciais.

O próximo passo depois da tradução passou pela escolha da ferramenta através da qual pretendíamos apresentar a versão final do nosso glossário.

O processo de escolha da ferramenta a utilizar não foi fácil. Muitas são complexas e as versões grátis com poucas funcionalidades. Por outro lado, as versões pagas são muito caras e nelas incluímos também o *Multiterm*. Contudo, pelo facto de estarmos familiarizados com o *Multiterm*, acabamos por optar pela sua utilização.

Depois de decidirmos pela utilização do *Multiterm*, a sua utilização acabou por tornar-se uma tarefa muito complicada. Conseguimos fazer a conversão do Excel para o formato pretendido, mas a importação deste documento para o *Multiterm* acabou por

nunca ficar com a estrutura que pretendíamos. Por isso, optamos por criar o glossário de raiz, mas, uma vez que eram 362 termos e estávamos limitados pelo tempo, optamos pela seleção de alguns termos e, assim, demonstrar algumas das características e funcionalidades do *Multiterm*. Uma vez familiarizados com a ferramenta, a sua utilização não é muito difícil.

A criação desta base de dados constitui uma ferramenta de apoio para quem trabalha com este vocabulário diariamente. Defendemos que o seu uso é extremamente importante para a uniformização da linguagem, assim como uma gestão terminológica eficaz e estandardizada com definição de normas a seguir na gestão terminológica poderá garantir vantagens, desde evitar equívocos, facilitar a comunicação, evitar perdas de tempo, diminuir os custos de produção, criar uma linguagem comum, melhorar a qualidade dos textos produzidos, entre outras. Por outro lado, este glossário tem uma vantagem que, raramente, se aplica a uma empresa, contribui para a preservação de uma linguagem em desuso.

Em suma, a criação de um glossário de raiz revelou-se uma tarefa bastante complexa. Idealmente, a sua criação teria sido mais célere se tivéssemos definido, de início, a ferramenta a utilizar. Contudo, uma vez concluída a tese, acreditamos que este glossário, mesmo não estando na íntegra no *Multiterm* funcionará como uma excelente ferramenta de trabalho para todos aqueles que, no Museu, trabalham com a olaria e a fazem chegar a quem esta realidade não é tão comum.

Bibliografia

Nota prévia: as teses de mestrado e doutoramento assinaladas com asterisco são acessíveis em linha através dos respetivos repositórios das instituições de ensino superior.

- ÁLVARES, D. & LOURENÇO, J. (2008). “Contribuciones del turismo cultural para áreas patrimoniales: el caso de Ouro Preto – Brasil y Porto – Portugal”. In: *IX Congreso Internacional (CICOP) de Rehabilitación del Patrimonio arquitectónico y Edificación*. Sevilla. Disponível em: <http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/18473/1/AlvaresLourencoTurismoCultural.pdf>
- AMBROSE, Timothy & PAINE, Crispin (2012). *Museum Basics*. 3ª ed. Oxon / NY: Routledge. [1ª ed. 1993].
- ANDRADE, Sérgio C. (2008). “Rosa Ramalho, a artesã de Barcelos”, *Público* (14.08.2008). Disponível em: http://www.snpcultura.org/vol_rosa_ramalho.html
- BABO, Elisa; GUERRA, Paula & QUINTELA, Pedro (2007). “Estruturas museológicas, desenvolvimento, envolvimento e participação local: uma aproximação a alguns casos portugueses”. In *Livro de atas de Conferência Nacional*. [Em linha]. [Consult. 04 outubro de 2014]. Disponível em: <http://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/53658/2/67094.pdf>
- BALEMANS, Percy (2010). “Transcreation: translating and recreating”. In: *Translating is an Art. A weblog about translation and language*. Disponível em: <http://pbtranslations.wordpress.com/2010/07/14/transcreation-translating-and-recreating/>
- BAPTISTA, Mário (1997). *Turismo. Competitividade Sustentável*. Lisboa / São Paulo, Ed. Verbo.
- BARCELOS, Município de (ed.) (2006a) *Olaria de Barcelos: As Voltas do Barro*. Barcelos. ISBN 9729138540.
- BARCELOS, Município de (ed.) (2006b) *Figurado de Barcelos: Desenhos de Barro*. Barcelos. ISBN 9729138532.
- BARCELOS, Município de. “Rosa “Ramalho”. In: *Visitar Barcelos*. [Em linha] s.d. [consult. 02 julho de 2014]. Disponível na internet: <http://www.cm-barcelos.pt/visitar-barcelos/artesanato/galeria-de-mestres-artesanos-1/rosa-ramalho>
- BARCELOS, Município de (2013a). “Museu de Olaria” [em linha] s.d. [consult. 20 janeiro de 2014]. Disponível na internet: <http://museuolaria.cm-barcelos.pt/default.aspx>
- BARCELOS, Município de (2013b). “Museu de Olaria”. In: *Visitar Barcelos*. [em linha] s.d. [consult. 20 janeiro de 2014]. Disponível na internet: <http://www.cm-barcelos.pt/visitar-barcelos/conheca/rede-de-museus>
- BARRE, Josquin (1995). *Vendre Le Tourisme Culturel*. Paris, Ed. Economica. 1995.
- BARRETTO, Margarita (2003). *Manual de iniciação ao estudo do turismo*. Campinas / SP, Papirus Editora. [13ª ed. rev. e atualizada]
- BARRETTO, Margarita (2007). *Cultura e Turismo. Discussões contemporâneas*. Campinas / SP, Papirus Editora.

- BARROCA, Mário Jorge (1993). “Centros oleiros de Entre-Douro e Minho: século XIII: contributo para o seu inventário e cartografia”. *Arqueologia medieval*. n.º 2. Porto. Edições Afrontamento, pp. 163
- BATISTA, Paulo (1999). “A importância do turismo”. *DosAlgarves*, Faro: ESGHT/UAlg. n.º5, pp. 22-28.
- BONIFACE, Priscilla (1995). *Managing Quality Cultural Tourism*. Londres: Routledge.
- CABRÉ, Maria Teresa (1995). La terminología hoy: concepciones, tendencias y aplicaciones. *Ciência da Informação* n.º 3. [Em linha] Vol. 24. [Consult. 16 de maio de 2015] Disponível em:
http://www.brapci.inf.br/repositorio/2010/03/pdf_f7c07a179e_0008867.pdf
- CABRÉ, Maria Teresa (2000). La enseñanza de la terminología en España: problemas y propuestas. *Hermēneus. Revista de Traducción e Interpretación* n.º 2 [Em linha] [Consult. 09 de junho de 2015] Disponível em:
<http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=199725>
- CASTRO, José Paulo Ribeiro de & CORREIA, Maria Patrocínia (2010). “Dinâmicas turísticas na Região de Trás-os-Montes: Análise da oferta e procura turística no Distrito de Bragança”, in: *Atas do 16º Congresso da APDR*, Universidade da Madeira, Funchal [on-line], pp. 2680-2705.
- CCDRN (= Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Norte) (2014). *Norte 2020: Estratégia Regional de Especialização Inteligente*. [Em linha] [Consult. 07 de junho de 2015]. Disponível em: http://www2.ccdrn.pt/fotos/editor2/norte2020/2014_11_27_norte2020_ris3_gmc.pdf
- CHAGAS, Mário de Souza (2002). “Memória e Poder: dois movimentos”. In: *Museu e Políticas de Memória*. [Em linha] Cadernos de Sociomuseologia. Centro de Estudos de Sociomuseologia. ULHT. Univ. Lusófona. N.º 19. [Consult. 14 de junho de 2015]. Disponível em: <http://recil.grupolusofona.pt/handle/10437/1801>
- CHOAY, Françoise (2008). *Alegoria do Património* (3ª ed.). Lisboa: Edições 70 [1992].
- CHORÃO, João Bigotte (1983; dir.) “Turismo”, *Polis. Enciclopédia Verbo da Sociedade e do Estado*. Lisboa / São Paulo: Editorial Verbo, vol. I.
- CIRCUITO SURF DO NORTE (2015), *Circuito Surf do Norte* [Em linha] [Consult. 22 de julho de 2015]. Disponível em: <http://www.surfdonorte.com/index.php/48-noticia-0-2015>
- *CORREIA, Inês Cândida dos Santos (2006). *Cultura de Desenvolvimento. De que forma um museu municipal pode contribuir para o desenvolvimento local. O caso do museu Municipal de Resende*. Mestrado em Museologia. Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias.
- COSTA, Alexandre Alves & FERNANDES, Isabel Maria (2007). *Rosa Ramalho: coleção*. Barcelos: Município.
- COSTA, Carlos (2005). “Turismo e cultura: avaliação das teorias e práticas culturais do sector do turismo (1990-2000)”. *Análise Social*. Vol. XI (175), pp. 279-295.

- CRAVIDÃO, Fernanda Delgado (2011). “Turismo, território e cultura: uma trilogia (sempre) em construção”. *Espaço e Cultura*. Rio de Janeiro: UERJ, n.º 29, pp.35-42.
- CUNHA, Licínio (1987). *Política de Turismo*. Lisboa: Secretaria de Estado do Turismo.
- CUNHA, Licínio (1997). *Economia e Política do Turismo*. Alfragide: McGraw-Hill.
- CUNHA, Licínio (2010 a). “A definição e o âmbito do Turismo: um aprofundamento necessário”. *ReCiL – Repositório Científico Lusófona*. [Consult. 10 setembro de 2014]. Disponível em: <http://hdl.handle.net/10437/665>
- CUNHA, Licínio (2010 b). “Desenvolvimento do Turismo em Portugal: Os Primórdios”, *Fluxos & Riscos*, n.º1. pp. 127 – 149.
- CURY, Marília Xavier (2005). *Exposição: concepção, montagem e avaliação*. São Paulo: Annablume.
- DAVIDSON, Rob (2003). *Tourism*. 2ª ed. Essex: Longman.
- DADOS E FATOS (s.d.). *Estudos, pesquisa e dados sobre o sector do Turismo*. [Em linha] [Consult. 29 de maio de 2015] Disponível em: http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/dadosefatos/espaco_academico/glossario/detalhe/A.html
- DIAS, Cláudia Augusto (2000). Terminologia: conceitos e aplicações [Em linha]. Brasília, v. 29, n. 1, p. 90-92, jan./abr..2000. [Consult. 16 de maio de 2015]. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/ci/v29n1/v29n1a9.pdf>
- DIAS, Maria (2008). “Resenhas de museologia 03 - A Nova Museologia: o que é?” in Cadernos de Sociomuseologia Nº16. [Em Linha] [Consult. 20 janeiro de 2014]. Disponível na internet: <http://resenhasmuseologia03.blogspot.pt/2008/08/texto-16-nova-museologia-o-que.html>.
- DICIONÁRIO MEDICO [Em linha] [Consult. 29 de maio de 2015] Disponível em: <http://www.xn--dicionriomdico-0gb6k.com/>
- DICCIONÁRIO PRÁTICO ILLUSTRADO – NOVO DICCIONÁRIO ENCYCLOPEDICO LUSO-BRASILEIRO . 1928. 2ª ed. Revista. Porto: Lello & Irmão Editores.
- DOBBERTIN, Michèle Kaennel & PRÜLLER, Renate (2001). *A Short Guide to Terminology Work*. [Em linha] Vienna: IUFRO. [Consult. 10 de maio de 2015] Disponível em: http://www.iufro.org/download/file/172/184/archive-guide-terminology-work_pdf/
- DOERING, Z. (2007). “Strangers, Guests or Clients? Visitor experiences in museums”. Sandell, R. & Janes, R. (Eds.) *Museum Management and Marketing*, NY: Routledge, pp. 331-344.
- DUARTE, Alice (2013). “Nova Museologia: os pontapés de saída de uma abordagem inovadora”. *Museologia e Patrimônio*, PPG-PMUS Unirio | MAST, vol. 6. n.º 1, pp. 99-117 [aparece no índice vol. 6, n.º 2].
- ENTIDADE REGIONAL DE TURISMO DO PORTO E NORTE DE PORTUGAL (2013). *Sítios. Património Mundial no Norte de Portugal*. [Em linha] Porto e Norte de Portugal e Delegação de Touring Cultural & Paisagístico e dos patrimónios. [Consult. 26 de julho de 2015] Disponível em: www.portoenorte.pt/client/files/0000000001/1968.pdf

- FAZENDA, Nuno; SILVA, Fernando Nunes da; COSTA, Carlos (2008). “Política e Planeamento Turístico à Escala Regional: o Caso da Agenda Regional de Turismo para o Norte de Portugal”. *Revista Portuguesa de Estudos Regionais*, N.º 18, pp. 77-100.
- *FERNANDES, Carlos & SOUSA, Lígia Correia de (2000). *Turismo Cultural no Alto Minho. Um Estudo*. Viana do Castelo: Escola Superior de Tecnologia e Gestão do IPVC.
- FERNANDES, Isabel Maria (1997). *A louça preta de Prado, Vila Verde, Braga*. Catálogo. Coleções do Museu 3. Barcelos: Museu de Olaria – Câmara Municipal de Barcelos.
- FERNANDES, Isabel Maria (1998). “Da necessidade de uniformizar a terminologia cerâmica”. In *Actas das II Jornadas de Cerâmica Medieval e Pós-medieval: métodos e resultados para a seu estudo* [Tondela, 1995]. Tondela: Câmara Municipal de Tondela, pp. 479-480.
- FERNANDES, Isabel Maria (2003). “Oleiros e olarias em Portugal: uma perspectiva histórica”. In *As Idades da Terra*. Lisboa: Instituto do Emprego e Formação Profissional, pp. 12-22.
- FERNANDES, Isabel Maria (2008). “A análise do ofício de oleiro através da documentação”. In *Actas das III Jornadas de Cerâmica Medieval e Pós-medieval: métodos e resultados para a seu estudo* [Tondela, 2000]. Tondela: Câmara Municipal de Tondela, 2008. pp. 515-517.
- *FERNANDES, Isabel Maria (2012). *A loiça preta em Portugal: Estudo histórico, modos de fazer e de usar*. Braga: ICS – Universidade do Minho. Diss., Parte I.
- FILHO, Sebastião Camelo da Silva (2010). “Reflexões sobre as competências terminológicas face às atividades profissionais”. In *Realiter*. [Em linha] [Consult. 09 de junho de 2015] Disponível em:
<http://www.realiter.net/wp-content/uploads/2013/06/Sebasti%C3%A3o-Camelo-da-Silva-Filho-Faro-2010%E2%80%A8Centro-de-Lingu%C3%ADstica-da-Universidade-Nova-de-Lisboa1.pdf>
- GOELDNER, Charles R. & RITCHIE, J.R. Brent (2003). *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*. New York: John Wiley & Sons [9ª ed.].
- GONÇALVES, Alexandra Rodrigues (2009). “Museus e turismo: que experiências?? breve reflexão”. *Informação ICOM.PT*. [Em linha] Lisboa. série II, 4. pp.3–10.
- GONÇALVES, Alexandra Rodrigues (2010). “Museus, Comunidade Local e Turismo”. In SANTOS (2010, ed.), pp. 81-105.
- GONÇALVES, César (2014). “Desafios do Turismo em Portugal 2014”. [Em linha] PWC Portugal. [Consult. 28 agosto de 2014]. Disponível em:
http://www.pwc.pt/pt_PT/publicacoes/imagens/2014/pwc_desafios_do_turismo.pdf
- GOODEY Brian & MURTA, Stela Maris (2002). “Interpretação do Património para Visitantes: Um quadro conceptual”. In *Interpretar o Património – Um exercício do olhar*. [Em linha] Belo Horizonte: Editora UFMG. [Consult. 05 de junho de 2015]. Disponível em: [BOOKS.GOOGLE.PT](http://books.google.pt)

- GOUVEIA, Henrique Coutinho (1992). “O Museu Etnológico Português (1893-1914). Um Projecto Nacional e uma Tentativa de Conjugação Disciplinar”. *Revista da Faculdade de Ciências Sociais e Humanas*. [Em linha] Univ. Nova de Lisboa.
- GRANDE, Nuno (ed.) (2009). *Museumania. Museus de Hoje, Modelos de Ontem*. Coleção de Arte Contemporânea Público Serralves 12, Público e Fundação de Serralves.
- HUNZIKER, Walter & KRAPF, Kurt (1942). *Grundrisse der allgemeinen Fremdenverkehrslehre*. Zurich: Polygraphischer Verlag.
- IATE [Em linha] [Consult. 05 de junho de 2015] Disponível em:
<http://iate.europa.eu/switchLang.do?success=mainPage&lang=en>
- ISO (1999). *Computer Applications in Terminology Data Categories*. [Em linha]. 1ª ed. [Consult. 11 de junho de 2015]. Disponível em:
<http://semanticweb.kaist.ac.kr/org/tc37/pdocument/standards/ISO%2012620%201999.pdf>
- ISO 12620 (2009) Terminology and other language and content resources. Specification of data categories and management of a Data Category Registry for language resources. Geneva: ISO
- JESUS, Priscila Maria de (2014), “Uma reflexão sobre o processo de musealização: o patrimônio imaterial nos espaços museais”. *Cadernos de Sociomuseologia* - 4 (vol 48). [Consult. Em 14 de junho de 2015]. Disponível em:
<http://revistas.ulusofona.pt/index.php/cadernosociomuseologia/article/viewFile/4633/3138>
- KOLB, Bonita M. (2005). *Marketing for Cultural Organisations: New strategies for Attracting Audiences to Classical Music, Dance, Museums, Theatre and Opera*. London: Thomson Learning [1ª ed. 1999, Cork: Oak Tree Press].
- KRIEGER, Maria da Graça (2006). A identidade da Terminologia e o perfil do terminólogo. *Revista Trama* nº4 [Em linha] v. 2, p. 155-164. [Consult. 10 de junho de 2015] Disponível em:
<http://e-revista.unioeste.br/index.php/trama/issue/view/115/showToc>
- LEIPER, N. (1979). “Structure of Tourism: towards a definition of tourism, tourist and tourist industry”. *Annals of Tourism Research*, 7, pp. 102-119.
- LIMA, Susana & PARTIDÁRIO, Maria do Rosário (2002). *Novos Turistas e a Procura da Sustentabilidade – Um Novo Segmento de Mercado Turístico*. Lisboa: GEPE – Gabinete de Estudos e Prospectiva Económica do Ministério da Economia.
- LUSA/SOL (2013 a). “Portugal eleito um dos melhores destinos de 2014”, 30 de outubro de 2013 http://sol.sapo.pt/inicio/Vida/Interior.aspx?content_id=89406
- LUSA/SOL (2013 b). “Bruxelas destaca importância do turismo para países como Portugal”. 27 de setembro de 2013. [consult. 17 janeiro de 2014]. Disponível na internet:
http://sol.sapo.pt/inicio/Internacional/Interior.aspx?content_id=86525.
- MANUELITO, Helena & SANTOS, Isabel Rego (2005). *Terminologia e tradução de textos especializados: da equivalência conceptual às convenções fraseológicas*. [Em linha]. Universidade Aberta. IBSSN 972-674-456-3. [Consul. 11 de junho de 2015]. Disponível em: <http://hdl.handle.net/10400.2/379>

- *MARTINS, Josimeire Cristina (2007). *A terminologia do Ecoturismo como espelho de diferentes visões. Agências turismo, ambientalistas e governo*. Dissertação de Mestrado em Estudos Linguísticos e Literários em Inglês. Universidade de São Paulo. São Paulo.
- MARUJO, Noémi; SERRA, Jaime & BORGES (2013). “Turismo Cultural em Cidades Históricas: a Cidade de Évora e as Motivações do Turista Cultural”. *TuryDes*. [Em linha]. Univ. Málaga, vol. 6, nº 14, junho. [Consult. 07 de junho de 2015]. Disponível em: <http://www.eumed.net/rev/turydes/14/turismo-cultural-resum.html>
- MAURE, Marc (1996). “La nouvelle muséologie – qu’est-ce-que c’est?”. In: Schärer, Martin R. (ed.). *Museum and community II*, Icofom Study Series (ISS) 25, Vevey, Suíça, Alimentarium Food Museum, pp. 127-132.
- MCINTOSH, Robert W. (1972). *Tourism Principles, Practices and Philosophies*. Columbus / Ohio, Grid.
- MENSCH, Peter van (1992). *Towards a methodology of Museology*. [Em linha]. Tese de Doutoramento. Universidade de Zagreb. [Consult. 28 de julho de 2015] Disponível em: <http://www.phil.muni.cz/unesco/Documents/mensch.pdf>
- MILHEIRO, Eva & SANTOS, Jorge Pacheco dos (2005). “O turismo em Portugal: que passado? Que futuro?”. *Aprender*, nº. 30, dezembro de 2005. Portalegre: Escola Superior de Educação. [Consult. 06 de junho de 2015]. Disponível em: <http://www.esep.pt/aprender/index.php/revistas/108-revista-aprender-n-30>
- MIMOSO, João Manuel (2008). *Uma História Natural do Galo de Barcelos*. [Em linha] 20 de junho de 2008. [Consult. 04 de julho de 2014]. Disponível em: <http://www.historia.com.pt/barcelos/galo/textos/historia.htm>
- MÜNCH, Richard (1999). “McDonaldized Culture: The End of Communication?”. In SMART, Barry (ed.), *Resisting McDonaldization*. London: SAGE Publications, pp. 135-145.
- MURRAY, Michael & GRAHAM, Brian (1997), “Exploring the dialectics of route-based tourism: the Camino de Santiago”. *Tourism Management*, vol. 18, nº. 8, pp. 513-524.
- MUSEU DE ARTE POPULAR [em linha] s.d. [consult. 16 de junho de 2015] Disponível em: <http://www.map.imc-ip.pt/pt/index.php>
- MUSEU DA CERÂMICA [em linha] s.d. [consult. 16 de junho de 2015] Disponível em: <http://museudaceramica.blogspot.pt/>
- MUSEU DE OLARIA (coord.) (2007). *Viagem à Vila dos Oleiros*. [CD]. Município de Barcelos. Barcelos.
- MUSEU DE OLARIA (2013). *O real e o imaginário: memória e identidade no Figurado de Barcelos* [Em linha] [Consult. 16 de junho de 2015] Disponível em: http://www.museuolaria.pt/?ai1ec_event=o-real-e-o-imaginario-memoria-e-identidade-no-figurado-de-barcelos
- MUSEU MACHADO CASTRO, *Glossário sobre arte* [Em linha] [Consult. 29 de maio de 2015] Disponível em: <http://www.museumachadocastro.pt/pt-PT/colecoes/glossario/ContentList.aspx>

- MUSEU NACIONAL DE ARTE ANTIGA [em linha] s.d. [consult. 16 de junho de 2015]
Disponível em: <http://www.museudearteantiga.pt/sobre-o-museu/historia>
- OLIVEIRA, Felipa (2007). “A herança de Rosa Ramalho”, *Barcelos popular*, (15.07.2007)
[incl. entrevista a dir.^a do Museu de Olaria, Cláudia Milhazes].
- PARRINELLO, Giuli Liebman (2007), “*Fremdenverkehr vs. Tourismus: una nota*”,
Quaderno del Dipartimento di Letterature Comparete, Roma: Uni. Roma Tre,
vol. 3, pp. 147-155.
- PAVEL, Sílvia & NOLET, Diane (2001). *Handbook of Terminology*. [Em linha]. Ottawa.
Minister of Public Works and Government Services Canada. ISBN 0-660-61616-
5. [Consult. 13 de maio de 2015]. Disponível em:
<http://www.atesman.info/files/handbook.pdf>
- PENT (2007). *Plano Estratégico Nacional do Turismo – Para o Desenvolvimento do
Turismo em Portugal*. Lisboa: Turismo de Portugal / Ministério da Economia e da
Inovação.
- PRIMO, Judite Santos (1999). “Resenhas de museologia 03 – Pensar contemporaneamente
a museologia”, *Cadernos de Sociomuseologia* Nº16. [consult. 20 janeiro de 2014].
Disponível em: [http://recil.grupolusofona.pt/jspui/bitstream/10437/3780/1/
Pensar%20contemporaneamente.pdf](http://recil.grupolusofona.pt/jspui/bitstream/10437/3780/1/Pensar%20contemporaneamente.pdf)
- *PRIMO, Judite Santos (2007). *A Museologia e as Políticas Culturais Europeias: o Caso
Português*. Tese de Doutoramento. Universidade Portucalense Infante D.
Henrique.
- PROT (2009), *Plano Regional de Ordenamento do Território do Norte – Relatório*,
Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Norte, Porto.
- RAIMUNDO, Orlando (2015). *António Ferro: o inventor do salazarismo. Mitos e
falsificações do homem da propaganda da ditadura*. Lisboa: Dom Quixote.
- RAMOS, Francisco Régis Lopes (2004). A Danação do Objeto. O Museu no Ensino de
História. [Em linha] ARGOS. [Consult. 17 de junho de 2015] Disponível em:
[http://www.pead.faced.ufrgs.br/sites/publico/eixo4/estudos_sociais/a_danacao_d
o_objeto.pdf](http://www.pead.faced.ufrgs.br/sites/publico/eixo4/estudos_sociais/a_danacao_d_o_objeto.pdf)
- REISINGER, Yvette (2009). *International Tourism – Cultures and Behaviour*. Elsevier.
- REMELGADO, Patrícia. (2005) *A Louça de Barcelos: a louça vidrada – catálogo*.
Barcelos: Museu de Olaria - Câmara Municipal de Barcelos.
- REMÍGIO, Ana Rita; ROBERTO, Maria Teresa Costa Gomes & COSTA, Rute (2006).
“Terminologia e Representação do Conhecimento: uma Proposta de
Posicionamento e Delimitação Conceptual das Ciências da Nutrição”.
Alimentação Humana nº 3. [Em linha] · Vol. 12. [Consult. 09 de junho de 2015]
Disponível em:
[http://www.spcna.pt/download.php?path=pdfs&filename=SPCNA_20090101224
232_RAH_2006_n_3_1.pdf](http://www.spcna.pt/download.php?path=pdfs&filename=SPCNA_20090101224_232_RAH_2006_n_3_1.pdf)
- RICHARDS, Greg (2011; ed.). *Cultural Tourism. Global and Local Perspectives*. 2ª ed. NY:
Routledge [1ª ed. 2007].
- ROBERT, Isabelle. “Translation. Revision Procedures: An Explorative Study” [Em linha]
2008. [Consult. 18 Nov. 2014] Disponível em:

- http://www.academia.edu/3793876/Translation_Revision_Procedures_An_Explorative_Study
- ROJAS, Roberto; CRESPIÁN, José Luis & TRALLERO, Manuel (1979) *Os Museus no Mundo*. Lisboa: Salvat.
- RYAN, Chris (2002). *The Tourist Experience*. 2ª ed. Londres / NY: Continuum.
- SAGER, Juan C. (1990). *Practical Course in Terminology Processing*. [Em linha]. John Benjamins Publishing. Amesterdão. ISBN 9789027220769. [Consult. 09 de junho de 2015] Disponível em: <https://books.google.pt>
- SAGER, Juan C. (2000). *Essays on definition*. [Em linha]. John Benjamins Publishing. Amesterdão. Vol.4. ISBN 9027223270. [Consult. 09 de jun. de 2015] Disponível em: <https://books.google.pt>.
- SANTOS, José Manuel Figueiredo (2010). “Turismo e Transfigurações culturais”. In SANTOS (2010, ed.), pp. 39-62.
- SANTOS, José Manuel Figueiredo (2014), “Turismo Cultural e Reprodução Serial da Cultura”. In *VIII Congresso Português de Sociologia: 40 Anos de Democracias: progressos, contradições e prospetivas*. [Em linha] Universidade de Évora. [Consult. 07 de junho de 2015]. Disponível em: http://www.aps.pt/viii_congresso/VIII_ACTAS/VIII_COM0461.pdf
- SANTOS, Maria Célia Moura (1996) “Uma abordagem museológica do contexto urbano” in *Cadernos de Museologia* nº5. [Em linha] [Consult. 28 de agosto de 2014]. Disponível em: <http://recil.grupolusofona.pt/bitstream/handle/10437/3545/uma%20abordagem%20museol%C3%B3gica.pdf?sequence=1>
- SANTOS, Maria da Graça Mouga Poças (2010; ed.). *Turismo Cultural, Territórios e Identidades*. Porto: Afrontamento.
- SANTOS, Maria da Graça Mouga Poças (2010). “Turismo Cultural – uma aposta e uma oportunidade para a Região de Leiria”. In SANTOS (2010, ed.), pp. 373 - 377.
- SANTOS, Myrian Sepúlveda dos (2002). “Políticas da Memória na Criação dos Museus Brasileiros”. In *Museu e Políticas de Memória*. [Em linha] Cadernos de Sociomuseologia. Centro de Estudos de Sociomuseologia. ULHT. Universidade Lusófona. Nº 19. [Consult. Em 14 de junho de 2015]. Disponível em: <http://revistas.ulusofona.pt/index.php/cadernosociomuseologia/article/view/369>
- STEWART, Jill (2005). “How and Where to Go: The Role of Travel Journalism in Britain and the Evolution of Foreign Tourism, 1840–1914”. In J.K. Walton (ed.), *Histories of Tourism. Representation, Identity And Conflict*, Channel View Publications, pp. 39-54.
- TOURISTERM [Em linha] [Consult. 29 de maio de 2015] Disponível em: <http://www.unwto.org/trad/index.php>
- TOWNER, John (1985). “The Grand Tour. A Key Phase in the History of Tourism”, *Annals of Tourism Research*, vol. 12, nº. 3, pp. 297-333.
- TURISMO DE PORTUGAL (2006). *De produtos estratégicos para o desenvolvimento do turismo em Portugal: Touring Cultural e Paisagístico*. [Em linha]. [Consult. 24 de julho de 2015]. Disponível em:

<http://www.turismodeportugal.pt/Portugu%C3%AAs/turismodeportugal/Documents/Touring%20Cultural%20e%20Paisag%C3%ADstico.pdf>

TURISMO DE PORTUGAL (2014). *Turismo 2020: Plano de Ação para o Desenvolvimento do Turismo em Portugal 2014-2020*. [Em linha]. [Consult. 07 de junho de 2015]. Disponível em:

http://turismo2020.turismodeportugal.pt/fotos/editor2/documentos/Turismo2020_PLANO_DE_ACAO.pdf

UNITED NATIONS EDUCATIONAL (Scientific and Cultural Organization) (2005). “Guidelines for terminology policies. *Formulating and implementing terminology policy in language communities*”. [Em linha]. Paris: UNESCO. [Consult. Em 16 de maio de 2015]. Disponível em:

<http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001407/140765e.pdf>

UNTERM [Em linha] [Consult. 29 de maio de 2015] Disponível em: <http://unterm.un.org/>

URRUTIA, Julia Helena da Rocha. “A modalidade de adaptação como indicador de desenvolvimento da competência tradutória em análise de corpus: teste metodológico.” [Em linha] 2008. S. Paulo. Disponível em: <http://dlm.fflch.usp.br/sites/dlm.fflch.usp.br/files/TGIJuliaUrrutia.pdf>

URRY, John (1990). *O Olhar do Turista. Lazer e Viagens nas Sociedades Contemporâneas*. 3ª ed. São Paulo: Studio Nobel.

VEGA, José Luís Garcia (1979). *Lazer e Turismo*. Rio do Janeiro: Salvat Editora do Brasil, S.A.

VERGO, Peter (1989). *The New Museology*. London: Reaktion Books.

VILLAS-BOAS, Joaquim Sellès Paes de (1948). O vocabulário dos oleiros de Barcelos. In *Notas de Cerâmica Popular III*, separata da Revista Ethnos, Vol. III. Instituto Português de Arqueologia, História e Etnografia. Lisboa, pp. 255-263.

VINAY, Jean-Paul & DARBELNET, Jean (1995) *Comparative Stylistics of French and English: A Methodology for Translation*. Vol. 11. John Benjamins Publishing. ISBN 9789027216106.

WRIGHT, Sue Ellen & BUDIN, Gerhard (1997; eds.). *Handbook of Terminology Management*, Vol. 1: Basic Aspects of Terminology Management. Amsterdam, Philadelphia: J. Benjamins.

WRIGHT, Sue Ellen & BUDIN, Gerhard (2001; eds.). *Handbook of Terminology Management*, Vol. 2: Applications-oriented Terminology Management. Amsterdam, Philadelphia: J. Benjamins

Anexo 1:

Apresentação do Museu: Localização, Instalações, Missão, Espaços e Acervo

Instalações

O museu está instalado num edifício oitocentista que funcionou como casa particular – a Casa dos Mendanhas - e, mais tarde, funcionou como quartel da GNR. Em 1963 a Câmara Municipal de Barcelos comprou o edifício onde funcionava na altura a Escola Comercial e Industrial. Em 1982, a escola foi desativada e o município decidiu transferir o espólio do museu para este edifício (*Idem*).

Entre 1991 e 1994 procede-se à recuperação do edifício e a 29 de Julho de 1995, este abre ao público (*Ibidem*).

Esta instituição já foi intervencionada duas vezes: em 1995 e, mais recentemente, em 2013 (*Ibidem*).

O Museu de Olaria é um museu credenciado que integra a Rede Portuguesa de Museus (Instituto dos Museus e da Conservação) desde o ano 2000 (*Ibidem*).

Missão

O Museu de Olaria tem como missão a aquisição, investigação e divulgação de património relacionado com a olaria, bem como, a sua preservação do mesmo (Município de Barcelos; s.d.).

Acervo

O espólio do Museu de Olaria não se resume a peças que retratam o concelho de Barcelos. Este museu é referência nacional por reunir peças de vários pontos do país e também do estrangeiro.

O seu acervo, que conta atualmente com cerca de 9000 peças, distribuídas por uma área de cerca de 2 260m², é constituído essencialmente por coleções de cerâmica portuguesa fosca e vidrada (de Norte a Sul) e estrangeira (Angola, Argélia, Brasil, Timor, Chile, Espanha e Cabo Verde) (Município de Barcelos; s.d.: 6).

A Gestão de Coleções e o Serviço Educativo e de Animação são as valências mais relevantes do Museu. O Serviço de Gestão de Coleções assegura a correta salvaguarda do acervo, sendo responsável pela gestão, inventariação e estudo das peças museológicas. Ao Serviço Educativo e de Animação compete a programação, organização e acompanhamento das diferentes atividades organizadas pelo museu, no sentido de trabalhar e interagir com os vários públicos, assim como, estreitar a sua ligação com a comunidade local (*Idem*).

O acervo do resulta da aquisição a particulares e antiquários, de doações e de trabalhos de campo em centros oleiros extintos ou em vias de extinção e de outros ainda em laboração, testemunho da tradição e herança de um povo (Município de Barcelos; s,d,: 20).

Espaços

O Museu está dotada dos seguintes espaços:

- Sala de Exposições: o museu está dotado de três salas de exposições:
- Centro de Documentação: Este espaço reúne um conjunto de documentos sobre duas grandes áreas: cerâmica e etnografia;
- Oficinas – Serviço Educativo e de Animação: Salas destinadas à realização de atividades lúdicas e pedagógicas. Com o objetivo de criação e desenvolvimento de uma ligação entre o museu e a comunidade, o Serviço Educativo e Animação desenvolve atividades direcionadas, sobretudo para o público escolar,

transmitindo de forma lúdica e pedagógica, aspetos culturais sobre a olaria. Este serviço tem a importante missão de sensibilização das novas gerações para a importância da preservação da herança sócio-cultural.

- Reservas: O acervo do museu é constituído por cerca de 9000 peças. As peças encontram-se num espaço devidamente acondicionado, dotado de condições ambientais e climatéricas adaptadas à sua conservação;
- Sala de Restauro: espaço devidamente equipado destinado à conservação e restauro de objetos cerâmicos (Município de Barcelos; s.d.: s.p.).

Anexo 2:

Entrevista à Diretora do Museu de Olaria, Dra. Cláudia Milhazes

1. Qual é a imagem que o Museu de Olaria quer transmitir?

O Museu de Olaria tem como principal objetivo estudar, documentar, conservar e divulgar as coleções de olaria que detém, mas também tem a missão de apoiar e colaborar na salvaguarda, estudo e divulgação do património olárico nacional e internacional, pertencente a particulares ou a outras instituições. O Museu de Olaria tem também o objetivo de apoiar e colaborar na salvaguarda, estudo e divulgação das diversas identidades culturais dos centros produtores de olaria em Portugal assim como dos países de expressão portuguesa. Assim, o Museu de Olaria pretende transmitir a imagem de um espaço inovador e dinâmico que se dedica á preservação e divulgação do património cultural das regiões oláricas nacionais e internacionais.

2. Em relação aos turistas estrangeiros há expectativas/respostas em relação a alguma região específica? (Países dentro da Europa/Ásia)

O Museu de Olaria é visitado por turistas oriundos de diversos países, nomeadamente, países como Espanha, França, Inglaterra, Brasil, Polónia e Turquia. Os visitantes estrangeiros representam, mensalmente, cerca de 20 por cento dos visitantes do nosso museu.

3. Que tipo de materiais são desenvolvidos para a divulgação internacional, bem como as línguas em que são feitos? Site? Panfletos?

Uma das grandes preocupações da equipa do Museu de Olaria é que este seja um museu para todos. Assim, os suportes de divulgação, nomeadamente, *flyers*, cartazes e catálogos das exposições são disponibilizados aos visitantes em português, inglês e em alguns casos também em francês. Relativamente ao *site* do museu, foi recentemente disponibilizado ao público o novo site do Museu de Olaria. Dinâmico, interativo, com ferramentas de pesquisa fácil e com os conteúdos em duas línguas, português e inglês para que a divulgação do conhecimento chegue mais longe.

4. Em que línguas se encontram os materiais disponíveis aquando da visita ao museu?

Os materiais disponibilizados aos visitantes aquando da visita ao museu, como catálogos das exposições e legendas das peças expostas, encontram-se, na sua maioria, em português e em inglês.

5. Há uma abordagem do turista conforme a sua cultura de origem?

Os visitantes do Museu de Olaria são, sempre que possível, recebidos com informações em português ou em inglês.

6. Sempre houve preocupação por parte do museu em "estar preparado" para o turista estrangeiro? Desde quando há essa preocupação?

Em Portugal, o sector do turismo continua a crescer e a cidade de Barcelos segue a tendência nacional. A equipa do Museu de Olaria desde cedo percebeu que era

necessário adaptar-se a novos públicos para captar visitantes nacionais mas também internacionais. Contudo, apesar de já há muitos anos existir essa preocupação, os materiais de divulgação e de informação só começaram a ser disponibilizados na língua inglesa aquando da reabertura do museu, a 31 de agosto de 2014, uma vez que, nos quatro anos anteriores o museu esteve encerrado ao público. Assim, sempre que possível, o material de divulgação e o material informativo estão disponíveis em português, mas também em inglês.

7. Qual é a importância da imagem de Rosa Ramalho para a divulgação do museu a nível internacional?

Rosa Barbosa Lopes ou Rosa "Ramalho" como era vulgarmente conhecida foi uma barcelense com uma criatividade única. Inspirada pela realidade que a envolvia, modelava peças em barro que retratavam as cenas do quotidiano popular, mas para além de se inspirar no dia-a-dia, também produziu peças que faziam parte de um imaginário enigmático e original, como as feiticeiras, os diabos, os bichos informes, entre outras figuras que não fazem parte do mundo real. Foi esta vertente, fantasmagórica e inimaginável, da obra de Rosa "Ramalho" que a distinguiu de todos os outros barristas da região de Barcelos. A sua originalidade deu-lhe um reconhecimento público que, ainda hoje é notório em todo o mundo. O reconhecimento mundial de Rosa "Ramalho", colocou a região de Barcelos no centro do mundo e ainda hoje muitos dos visitantes nacionais e internacionais do Museu de Olaria relembram esta barcelense como um símbolo nacional.

8. O que é que o Museu de Olaria faz para divulgar esta figura de vulto a nível internacional?

A originalidade das peças de Rosa "Ramalho" conferiu-lhe um reconhecimento por parte do público a nível mundial. Hoje, a sua obra é lembrada e divulgada nas diversas exposições apresentadas nas salas de exposição do Museu de Olaria e cuja divulgação é feita a nível nacional, mas também internacional através do *site* do museu.

9. Há uma utilidade de Terminologia na Olaria, para além da utilização para visitas?

A terminologia olaria é bastante explorada nas visitas guiadas ao museu, mas não só. A utilidade da Terminologia na Olaria também é importante para ser utilizada em material de divulgação, textos para revistas temáticas e textos informativos disponibilizados no *site* do museu.

10. Há uma interação com museus congéneres em Europa / fora de Europa?

Um dos principais objetivos do Museu de Olaria é, sempre que solicitado, estabelecer parcerias com outras instituições nacionais ou internacionais (essencialmente dos países lusófonos), tendo em vista o estudo, a divulgação e a divulgação do património olárico nacional e estrangeiro. No entanto, neste momento não estamos a realizar nenhum projeto em parceria com outros museus.

11. Torna-se pertinente fazer um glossário como o proposto?

O quotidiano dos oleiros e barristas, à semelhança do quotidiano das pessoas que trabalham na agricultura e noutros setores específicos da economia, estão repletos de vocábulos que com o passar dos anos foram desaparecendo das conversas do dia-a-dia da população dos grandes centros urbanos. No entanto, todos esses vocábulos devem ser estudados e preservados como património cultural, uma vez que, fazem parte da identidade cultural da população de uma determinada região. Sendo assim, considero que a realização de um glossário português-inglês com as palavras utilizadas pelos oleiros e barristas é uma mais-valia para os centros olários nacionais e internacionais, para os oleiros e barristas, e fundamentalmente seria uma excelente forma de divulgar internacionalmente o património cultural olário.

Anexo 3: Olaria Norte de Portugal 2014 (PT-EN)

Anexo 3:

«Olaria Norte de Portugal 2014»

(versão inglesa)

Exhibition credits

Title: Northern Portugal Pottery

Organização: Museu de Olaria (Município de Barcelos)

Exatibon: Cláudia Milheazes, Patrícia Mascoso

Text: Isabel Maria Fernandes, José António, Susana; Carlos Oliveira; Maria de Fátima Cláudio; Maria de Fátima Pereira

Design: Raquel Cervinho

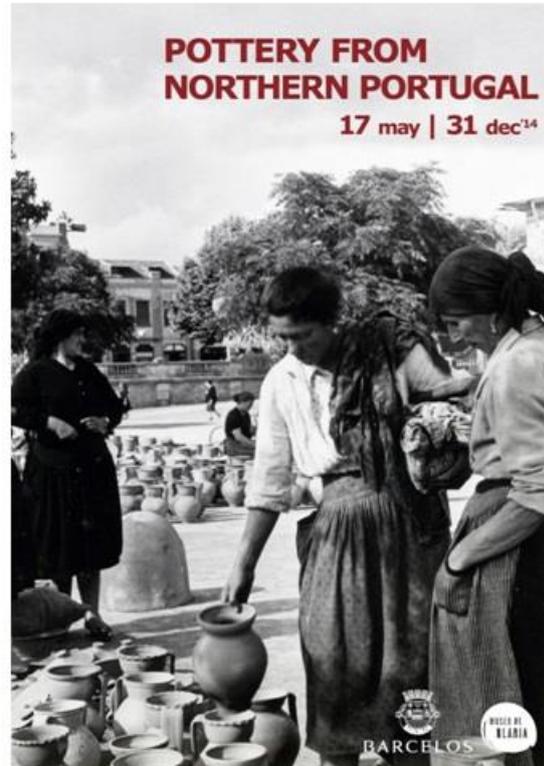
Foto: Arquivo Fotográfico do Museu de Olaria; Arquivo de

Foto (Vila Real); Biblioteca Municipal de Torre de Moncorvo

(Arquivo Santos Júnior); Museu Nogueira de Silve (Arquivo Rocha

Peixoto); Carlos Romão

Tradução: Susana



Pottery from Northern Portugal

The art of pottery has its roots in the origin of humanity: one of its main characteristics is the fact that it was kept unaltered over the course of time.

This activity is transversal across the entire Portuguese territory. Writer Ramalho Ortigão highlighted this situation very well: "no other people know how to produce by means of the potter's wheel the pot or pitcher out of clay, the cooking pot and the can of Coimbra, Prado, Mafra, Redondo, Loulé with such sleekness and pure atticism.

This exhibition is composed of earthenware utilitarian crockery, which belongs to renowned pottery centres established in the north of Portugal. This typology of pottery items was conceived for daily domestic use and meant to address the needs of the family. Thus, here are pieces of black, red opaque and glazed earthenware from the following locations: Parada de Gatim, Barcelos, Guimarães, Bisalhães, Vilar de Nantes, Selhariz, Pinela, Felgar and Gondar.

Although in the past, it was used in all Portuguese houses, the utilitarian pottery started to decline in the Seventies of the last century, replaced by plastic and metal utensils.

Gondar (Amarante, Porto)

The origin of the Gondar pottery centre seems to date back to the 17th century, and started its production with potters coming from S. Martinho de Paus, back then a parish from the municipality of S. Martinho de Mouros.

In 1903, the potters from Gondar distributed across three places: Vila Seca, Corujeiras and Rio, working on the low wheel and firing in a hole dug in the ground, occasionally associating the craft with the cultivation of the land.

The potters mixed two different kinds of clay, in proportions defined by experience. The clay was thumped with a sharp point tool, sieved inside the trough and mixed with water, creating the massucos – amount of clay ready to be used on the wheel. The pieces are decorated using the crisping technique, horizontal or vertical strings, which may or may not be made with fingers, and with motifs applied with the trowel.

The pottery produced made up for the needs of a rural population with scarce economic resources: pots, mugs, pitchers, saucepans, straight bowls and bent bowls, moneyboxes, coffeepots, vinegar bottles, ovens, ovenproof dishes to roast chestnuts, pans, pipkins to prepare gold and lids.

Pinela (Bragança, Bragança)

In 1881, the production of pottery by women in Pinela and Paredes is mentioned.

The clay was placed on a threshing floor and thumped with a hoe, then left to dry. It was prepared as follows: the clay was placed on a large paving stone on the floor of the workshop. With the knees over a pillow, the female potter mashed the dry clay with a wood mallet, and then sieved it. The yeast or thick clay was not dried; it was stored in

bags and put away. When she needed the clay, the female potter mixed it with water inside the wooden bowl, and then decanted it to a bucket using a mug; then, she strained it with a small hand-brush made of broom. To make the pottery the female potter mixed both clays, kneading them well. These women, known as potterers, used the low wheel and worked kneeling.

Once the pottery was dry, it was ready to be fired in the communal kiln, which still exists. The production was reduced to few shapes: pitchers, bowls, jugs, saucepans, flowerpots and miniatures. They sold in the fairs of Chãos, Izeda, Vimioso, Vinhais and Mirandela.

Prado: the ancestry of the craft

When we mention the Minho pottery, Barcelos immediately comes to mind. However, if we go back to the Middle Ages, we see that the production of pottery stretched along the right bank of the Cávado River (with brief and sporadic incursions into the other bank), within the area of the present municipalities of Barcelos, Vila Verde and Braga, which correspond to what in those days was called municipality of Prado. In 1855, the municipality of Prado is extinguished and most of its parishes become part of the municipality of Barcelos, but also Vila Verde and Braga.

During the ceramics exhibition held at the Palácio de Cristal, Oporto, pottery pieces from the municipalities of Vila Verde and Barcelos were displayed.

Black pottery

In the end of the 19th century and during the 20th century, the production of black pottery was confined to the parishes of S. Mamede de Escariz and Parada de Gatim, Vila Verde.

The clay was mashed in a wooden bowl with a stamper or beetle, then sifted, mixed with water in a kneading trough, and bent in a bender.

These potters used the potter's wheel and fired the pottery in two-chambered kilns uncovered on the top, which were completely closed during the final stage of the firing, thus creating a reducing atmosphere that gave the pottery its characteristic black colour.

The pottery produced was meant to make up for the needs of a mainly rural clientele, being used in the kitchen, in several farm work tasks, and even in the moments of amusement.

The most recent potters (3rd quarter of the 20th century) only sold pottery at the fortnightly fair in Ponte de Lima. It was carried in oxcarts, properly layered with straw, or on women's heads. The transportation of the pottery on the women's heads could be done in two different manners: in the case of small pottery, it would go inside baskets, layered with straw; in the case of pitchers, they were simply tied with ropes in bundle.

Felgar (Torre de Moncorvo, Bragança)

The first references to the production of pottery in Felgar and in the neighboring parish of Larinho date from the 17th century. In the 1980's, the last survivor from this long generation of potters was António Rebouta, who died in 1987.

Two kinds of clay were used, a fat one and a thin one. Once it was dry, the clay was grinded in a mill, sieved and kneaded with water inside the kneading trough; at this stage, the two kinds of clay were mixed and the pélas were made. Then, the potter placed the péla on the fingidouro, where the clay was kneaded once again. These potters worked on the wheel and fired the pottery in a communal kiln, with two chambers and uncovered on the top. The pottery produced was mainly meant to contain water and help prepare food:

bowls, handled jugs, clay pitchers, small pitchers, canteens, pots, milking pots, mugs, cottage cheese bowls, jugs, large jugs, lids and vessels.

They carried the pottery inside bags, layered with straw, and placed on the back of a donkey. It was sold both in kind and money in Torre de Moncorvo, Carviçais, Mirandela, Alfândega da Fé, Vila Flor, Mogadouro, Freixo de Espada-à-Cinta, Escalhão, Barca d'Alva, Figueira de Castelo Rodrigo, Vila Nova de Foz Côa and Carrazeda de Ansiães.

Selhariz (Chaves, Vila Real)

In the 18th century, pottery was produced in the parishes of Oura, Vidago and Selhariz. These localities must be considered as belonging to the pottery group of Chaves/Vilar de Nantes, as are Samaiões and S. Pedro de Agostém.

Pottery production was reborn in Selhariz, during the second quarter of the 20th century, due to the fact that the potter from Vilar de Nantes, Silvino da Silva, started working there.

The way of preparing the clay and the techniques used in the pottery production and firing were similar to those of the pottery center of Vilar de Nantes. The only change Silvino da Silva introduced was the soaking of the clay in a tank instead of the clay pit.

Silvino da Silva made pitchers, bowls, coffeepots, saucepans, demijohns, jugs, mugs, tubes, and pieces where of a very high quality. However, apart from this production that was necessary in order to satisfy the needs of a rural population, he took delight in creating pieces determined by his fertile imagination. He sold the pottery in the vicinity with the help of his wife. After his death, the production of pottery in Selhariz ceased to exist.

Barcelos (Braga)

Barcelos, as a production area of pottery, integrates the parishes of

Areias de S.Vicente, Galegos S. Martinho, Galegos Santa Maria, Lama, Oliveira, Pousa and Ucha. The origin of Barcelos utilitarian pottery is lost in the mists of time, nevertheless, it is already well documented and very popular during the 16th century.

According to Rocha Peixoto, in 1890 Barcelos was the most important popular ceramic center of the country, with 101 workshops. "The potters of Barcelos are remarkable in this art and even in the way they organise lots, measures and prices," stated Macedo Correia. Despite these dynamics, most potters were poor and lived in very pitiable conditions.

At the beginning of the Seventies of the last century, the production of utilitarian pottery in Barcelos started to decline due to the by competition of new materials used to create the same household items, such as plastic and metal.

Red, white and black polished pottery

In 1899, the production of polished red pottery is referred to as "fine pottery of Prado".

The clay was prepared as follows: it was placed in a tank with water and was stirred repeatedly until it was well diluted; then it was decanted to another tank. During that decantation, the clay had to be sieved with a fine mesh sieve.

The strained clay was left to rest in the tank for several days until the particles would settle at the bottom, and the water remained at the surface. When this happened, the potters would carefully remove the water at the surface using a recipient. The purpose was to ensure that only the clay paste remained inside the tank, resting until it reached the right texture and was ready to be handled. After being removed from the tank, it was placed over tiles or thrown at the wall so that the excess water was released. This pottery was made on the potter's wheel, and then would undergo a period of drying, after which it returned to the wheel "to be shaped and polished".

These pieces were fired inside casetas.

In the case of polished red pottery, hidrocerames and miniatures, miudage, were the main objects produced; in the case of polished white pottery, miniatures were the main objects produced.

Vilar de Nantes (Chaves, Vila Real)

The region of Chaves was an important black pottery production centre, its production being documented since the 18th century. When the clay arrived at the workshop, it was kept at a corner, in the clay pit. That was the place where it was broken in pieces using the mattock or hoe. Then water was poured and it continued to be mixed with the mattock. This soft paste was then placed on the treading or kneading rock, where it was energetically hit with a sickle. Once the clay was properly mixed, it was broken in wedges, which were kept next to the treading rock.

They used the wheel and fired the clay in a two-chambered uncovered kiln, which was covered at the final stage of the firing in order to create a reducing atmosphere so that the pieces acquired a black colour.

They produced pieces mainly intended to preserve, prepare, cook and serve food.

Pottery was sold along the mountains, in paths more or less long. It was carried inside bags, properly layered, on the donkeys' back. In shorter paths it was common to see women carrying it on their heads, layered inside baskets or with the pieces put one inside the other.

Bisalhães, Mondrões (Vila Real, Vila Real)

The origin of the black pottery of Bisalhães dates back many centuries, when the potters' workshops were spread along several parishes and represented a considerably important production centre.

Once it arrives to the workshop, the clay is placed under the sun in order to dry out, and is prepared as follows: they thump the clay using a sharp point tool, sift it inside a trough, then mix it with water and knead it with their hands.

They use the low wheel and fire the clay in an uncovered kiln, which is covered at the final stage of the firing in order to create a reducing atmosphere. They produce two kinds of pottery: «coarse pottery», that is, utilitarian pottery with practically no decoration, and «fine pottery», a kind of pottery which is mostly decorative. The pottery was sold at the Vila Real market and in the villages and small towns in the vicinity, being carried inside baskets and layered with ferns. Today it is mainly sold door-to-door and at the points of sale in the entrance of Vila Real. It is also sold annually at St. Peters' fair.

Unpolished red pottery

Unpolished red pottery was produced in different parishes belonging to the municipalities of Vila Verde and Barcelos. Around 1939-1940, unpolished red pottery is produced in the municipalities of Vila Verde (Cabanelas, Cervães and Santa Marinha de Oleiros parishes) and Barcelos (Oliveira and Ucha).

The clay was purchased from the clay producer who carried it to the potter's workshop in an oxcart, and had to be dried before being stored. When the potter needed clay he mashed it inside the wooden bowl using a stamper, sifted it, kneaded it, and bent it in the bender. Potters used the wheel and fired the pottery in a covered kiln with two chambers. They produced pottery meant to be used in the fire and be filled with water, flowerpots,

tins for sponge cake, ovens to bake bread, rabbit hutches, drinking and food troughs for birds, as well as toys for children.

During the 19th and 20th centuries, the pottery was basically sold at the Barcelos, Ponte de Lima and Viana do Castelo fairs, and was carried in oxcarts. There were also women who sold the pottery door-to-door, carrying it on the head, layered inside baskets or in bundle – that is, pitchers tied to each other, always in odd numbers.

Glazed pottery

In 1899 glazed pottery was produced in several parishes, and in 1940 its production extended to Lama, Areias, Galegos Santa Maria, Galegos S. Martinho and Manhente.

At the workshop, the clay was placed in the calco or aloque where it was pecked at with a hoe. Then it was soaked with water, and remained like that for some time until it was properly moistened. After that, the clay was kneaded with oxen's paws and, once it was well kneaded, was thrown at the wall so that the excess water was released from the paste. In a later stage, it was bent in the bender. The potter would then make cones of clay that he would take to the wheel in order to start working on the pieces.

Some pottery was decorated with paintings made by women, freehandedly, before it was glazed.

The kiln used by these potters was similar to the one used to fire red pottery. Glazed pottery was fired once, and it was only fired twice in the case of «coloured glaze pottery». The pieces were mainly designed for domestic use, and during the 19th and 20th centuries they were sold mainly to the North of the Douro River, but also in the center of the country.

Guimarães (Braga)

In 1884, at the Guimarães Industrial Exhibition, it is mentioned that there are 30 male workers in pottery production.

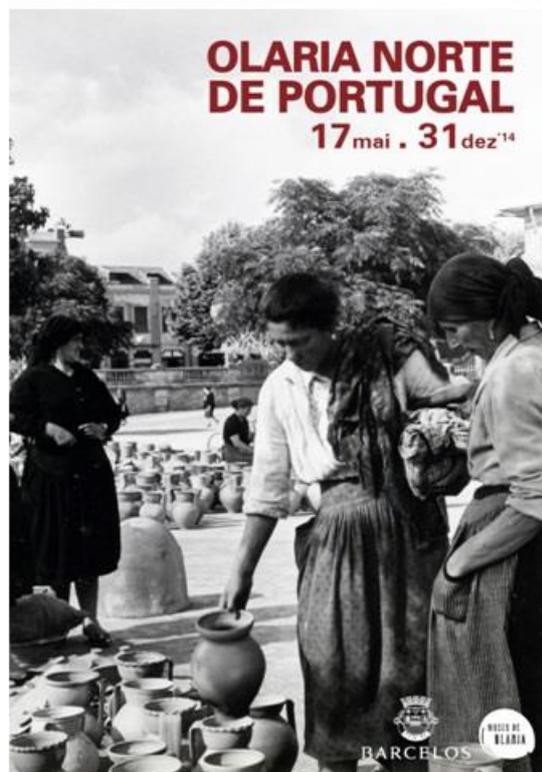
Almost all of the clay was bought in Prado, and was prepared as follows: the dry clay was placed inside the wooden bowl, mashed with a beetle or stamper until it was reduced to dust; then it was sieved, kneaded with water inside the kneading trough and bent in the bender, being given the shape of a corn bread. The potter would then remove a portion of clay from this corn bread, called cone of clay, and placed it on the wheel.

They decorated some pieces with a simple tool, resorting to a print or pastry cutter, the crisping technique, the «tracery», as well as the application of mica and molded elements. The pottery was fired in an oxidizing atmosphere, inside an arched kiln constituted by two chambers.

In 1909 they produced “pitchers, mugs, pots, lids, chocolate pots, flowerpots, bowls, jugs, plumbing tubes, bricks for ovens and bakery ovens, which are now made in Guimarães”. They sold their pottery in Guimarães, Fafe, Lixa, Amarante, Basto and Penafiel.

Ficha Técnica Exposição

Título: Olaria Norte de Portugal
Organização: Museu de Olaria (Município de Barcelos) Coordenação e planificação:
Cláudia Milhazes, Patrícia Moscoso Textos: Isabel Maria Fernandes, José Viana.
Montagem: Carlos Oliveira; Maria de Fátima Clarião; Maria de
Fátima Peteira
Design gráfico: Raquel Carvalho
Fotografia: Arquivo Fotográfico do Museu de Olaria; Arquivo de
Foto (Vila Real); Biblioteca Municipal de Torre de Moncorvo
(Arquivo Santos Júnior); Museu Nogueira de Silve (Arquivo Rocha
Pelotato); Carlos Romão
Produção de videograma: Sílvia



Olaria Norte de Portugal

A olaria é uma das mais antigas atividades humanas, mantendo inalteradas, através dos tempos, grande parte das suas características.

O trabalho nas olarias é praticamente transversal a todo o território português. Como bem realçou o escritor Ramalho Ortigão: “nenhum outro povo sabe torneirar na roda de oleiro com mais esbelteza e mais puro aticismo o pote ou a bilha de barro, a púcura, o gomil e o pichel, de Coimbra, de Prado, de Mafra, de Redondo, de Loulé.

Esta exposição é composta de peças de louça utilitária pertencentes aos mais importantes centro oleiros do norte de Portugal. Este tipo de louça respeita à olaria destinada aos usos domésticos mais comuns e dava resposta às necessidades familiares. Aqui se encontram, portanto, peças de louça preta, louça vermelha fosca e louça vidrada de Parada de Gatim, Barcelos, Guimarães, Bisalhães, Vilar de Nantes, Selhariz, Pinela, Felgar e Gondar.

Outrora utilizada em todas as casas portuguesas, a louça utilitária começou a cair em desuso a partir da década de setenta do século passado, em detrimento dos utensílios de plástico e de metal.

Gondar (Amarante, Porto)

A antiguidade do centro olárico de Gondar parece remontar ao séc. XVII, tendo tido a sua origem em oleiros provenientes de S. Martinho de Paus, na altura freguesia do concelho de S. Martinho de Mouros.

Em 1903 os oleiros de Gondar distribuíam-se por três lugares: Vila Seca, Corujeiras e Rio, trabalhando na roda baixa e cozendo em soenga, associando por vezes o trabalho na arte com o amanho de um pouco de terra.

Os oleiros misturavam duas qualidades diferentes de barro, em proporção que a experiência definia. O barro era picado na pia com um pico, peneirado para dentro da gamela e misturado com água, formando-se os massucos – quantidade de barro pronto a ser utilizado no trabalho à roda.

As peças são singelamente decoradas com encrespado, cordões horizontais ou verticais, que podem ou não ser digitados, e com motivos feitos com o fanadoiro.

Pinela (Bragança, Bragança)

Em 1881 é referido o fabrico de loiça, por mulheres, em Pinela e Paredes.

O barro era estendido numa eira e picado com uma sachola, deixando-se secar. Preparava-se do seguinte modo: dispunha-se o barro sobre uma grande laje de pedra que existia no chão da loja, nivelada pelo pavimento. Com os joelhos pousados sobre uma espécie de almofada a oleira ia esmagando o barro seco com um maço de madeira, dedicando-se de seguida a peneirá-lo. O barro fermento ou grosso não era seco, sendo armazenado em

sacos e guardado. Quando precisava de barro a oleira diluía-o em água dentro do masseirão, sendo de seguida trasfegado para um balde com o auxílio de um púcaro, e coado através de uma vassourinha feita de giesta. Para fazer a loiça a oleira misturava as duas qualidades de barro amassando bem.

Estas mulheres, conhecidas como louceiras, usavam a roda baixa, trabalhando ajoelhadas. Seca a loiça estava pronta para ser cozida no forno comunal, que ainda hoje se conserva.

Prado: a ancestralidade da arte

Quando nomeamos a olaria no Minho lembramos de imediato Barcelos. Mas, se recuarmos à Idade Média, verificamos que a produção cerâmica se estendia ao longo da margem direita do Rio Cávado (com breves e esporádicas incursões na outra margem), na área dos actuais concelhos de Barcelos, Vila Verde e Braga, correspondendo ao então designado concelho de Prado. Em 1855, o concelho de Prado é extinto passando o grosso das suas freguesias para o concelho de Barcelos, mas também para os de Vila Verde e Braga.

Na exposição de cerâmica de 1882, realizada no Palácio de Cristal, no Porto, figuraram peças de olaria dos concelhos de Vila Verde e de Barcelos.

Loiça preta

No final do século XIX e durante o século XX, o fabrico de loiça preta estava confinado às freguesias de S. Mamede de Escariz e Parada de Gatim, em Vila Verde.

O barro era esmagado num masseirão com o auxílio de um mascoto ou pisão, peneirado, misturado com água numa masseira, e vergado no vergadoiro.

Estes oleiros usavam o torno e coziam a loiça em forno de duas câmaras superiormente descoberto, sendo, na fase final da cozedura, fechadas todas as entradas de ar, criando-se deste modo uma atmosfera redutora, que conferia à loiça a sua tão característica cor preta. Os últimos oleiros (3.º quartel do séc. XX) comercializavam a loiça unicamente na feira quinzenal de Ponte de Lima, sendo transportada em carro de bois, bem acamada com palha, ou levada à cabeça pelas mulheres. O modo de transportar a louça à cabeça podia ser feito de dois modos distintos: tratando-se de loiça miúda dentro de cestos, acamada com palha; tratando-se de cântaros, simplesmente atados com cordas em molhada.

Felgar (Torre de Moncorvo, Bragança)

As primeiras referências ao fabrico de olaria em Felgar e na vizinha freguesia de Larinho datam do século XVII. Na década de 80, o último sobrevivente desta longa geração de oleiros era António Rebouta, o qual faleceu em 1987.

Usavam dois tipos de barro, um gordo e outro magro. O barro depois de seco era moído numa atafona, peneirado e amassado com água no massadouro, misturando-se nesta fase os dois tipos de barros e formando-se as pélas. De seguida o oleiro colocava a péla sobre o fingidouro, e aí voltava a amassar, fingir o barro.

Estes oleiros trabalhavam no torno e coziam a loiça num forno comunal, constituído por duas câmaras, sendo superiormente descobertos.

A loiça produzida destinava-se principalmente a água e à preparação de alimentos: alguidares, asadas, bilhas, cantarinhas, cantarinhas de encher pelo só, cântaros, cantis, panelas, panelas de ordenhar, púcaros, remeias, requeijoeiras, talhas, talhões, testos, tigelas e vasos.

Selhariz (Chaves, Vila Real)

No séc. XVIII produzia-se loiça nas freguesias de Oura, Vidago e Selhariz. Estas localidades devem considerar-se como pertencentes ao conjunto olárico de Chaves/Vilar de Nantes, tal com o são Samaiões e S. Pedro de Agostém.

O fabrico de loiça renasceu em Selhariz, no segundo quartel do século XX, devido ao facto de para aí ter ido trabalhar o oleiro de Vilar de Nantes, Silvino da Silva.

O modo de preparar o barro e as técnicas utilizadas no fabrico e cozedura da loiça eram em tudo idênticos às do centro olárico de Vilar de Nantes. A única alteração que Silvino da Silva introduziu foi ter passado a demolhar o barro num tanque e não na barreira. Silvino da Silva fazia cântaros, alguidares, tanhas, cafeteiras, caçoilas, garrafões, potas, púcaros ecanudos para as toupeiras. Mas, para além dessa produção necessária a satisfazer as necessidades de uma população rural, deleitava-se também a criar modelos que lhe eram ditados pela sua fértil imaginação.

A loiça, vendia-a pelas redondezas, com o auxílio de sua mulher.

Com a sua morte terminou em Selhariz o fabrico de loiça.

Barcelos (Braga)

A região oleira de Barcelos é constituída pelas freguesias de Areias de S. Vicente, Galegos S. Martinho, Galegos Santa Maria, Lama, Oliveira, Pousa e Ucha. A origem das loiças de Barcelos perde-se no tempo, mas há registos de que já eram bastante populares no século XVI.

Segundo Rocha Peixoto, em 1890, Barcelos era o mais importante centro cerâmico popular do país, contando com 101 oficinas. “Os oleiros de Barcelos são singulares na sua arte e até na maneira de organizar os lotes, as medidas e os preços”, esclarece, Macedo Correia. Apesar dessa dinâmica, a maioria dos oleiros vivia pobre e em condições muito precárias.

A partir do início da década de setenta do século passado, a produção de louça utilitária de Barcelos entra em declínio face à concorrência dos utensílios domésticos em plástico e em metal.

Loiça polida vermelha, branca e preta

O fabrico de loiça vermelha polida aparece referido em 1899 como “loiça fina de Prado”.

A argila era preparada do seguinte modo: colocava-se o barro num tanque com água sendo frequentemente mexido até estar bem diluído, sendo de seguida trasfegado para outro tanque. Nessa trasfega o barro tinha de ser peneirado por uma peneira de malha fina O barro coado era deixado em repouso no tanque durante vários dias até que as partículas se depositassem no fundo, ficando a água à superfície. Quando isto sucedia os oleiros, com um recipiente, retiravam cuidadosamente a água existente à superfície, de modo a que no tanque se mantivesse apenas a pasta de barro, que aí permanecia até ficar completamente em pasta e poder ser manuseada. Ao retirá-la do tanque colocavam-na sobre telhas ou atiravam-na à parede para que perdesse o excesso de água que ainda continha.

Esta loiça era feita na roda do oleiro, sendo seguidamente submetida a um período de secagem, findo o qual voltava à roda “para ser torneada e polida”.

Vilar de Nantes (Chaves, Vila Real)

A região de Chaves era um importante centro produtor de loiça preta, existindo o seu fabrico documentado desde o séc. XVIII.

Quando o barro chegava à oficina era guardado a um canto, na barreira. Aí mesmo, com o auxílio da enxada ou sachola, partia-se em fragmentos. Seguidamente misturava-se-lhe água continuando a mexê-lo com a enxada. Esta pasta mole era depois colocada sobre a

pedra de pisar ou amassar o barro sendo energicamente batida, com o auxílio da foice. Depois do barro bem batido partiase em talhadas, as quais eram guardadas a um canto da pedra de pisar.

Usam o torno e cozem em forno de duas câmaras superiormente descoberto, o qual e abafado no final da cozedura de modo a criar uma atmosfera redutora para que as peças fiquem pretas.

A venda da loiça fazia-se por esses montes fora, em percursos mais ou menos extensos. Transportavam-na metida em sacos, bem acamada, no dorso dos burros. Era costume em percursos menores as mulheres transportarem a loiça à cabeça, acamada em grandes cestos ou simplesmente metidas umas dentro das outras.

Bisalhães, Mondrões (Vila Real, Vila Real)

A loiça preta de Bisalhães teve a sua origem há muitos séculos quando as oficinas de oleiros se estendiam por várias freguesias e constituíam um centro produtor de certa importância.

Chegado à oficina, o barro é estendido ao sol para que seque, sendo preparado do seguinte modo: piam (esmagam) o barro dentro de um pico com o auxílio do pio; crivam-no para dentro de uma gamela; misturam-no com água e amassam-no com as mãos. Utilizam a roda baixa e cozem em forno descoberto, o qual abafam no final da cozedura de modo a criar uma atmosfera redutora.

Produzem dois tipos de loiça: a «loiça churra», ou seja, a loiça utilitária que praticamente não é decorada, e a «loiça fina», loiça que de um modo geral tem funções mais decorativas do que utilitárias e que é decorada.

Vendiam a loiça no mercado de Vila Real e pelos povos e vilas das redondezas, transportando a loiça dentro de cestos e acamada com fetos. Hoje vendem principalmente

à porta de casa e nos postos de venda que possuem à entrada de Vila Real e anualmente na feira de S. Pedro.

Loiça vermelha fosca

A loiça vermelha fosca era produzida em diferentes freguesias dos concelhos de Vila Verde e Barcelos. Cerca de 1939-1940 produz-se loiça vermelha fosca nos concelhos de Vila Verde (freguesias de Cabanelas, Cervães e Santa Marinha de Oleiros) e de Barcelos (Oliveira e Ucha).

O barro era adquirido ao barreiroiro que o transportava até à oficina do oleiro em carro de bois e tinha de ser seco antes de se guardar. Quando o oleiro precisava de barro tratava de o pisar no masseirão com o auxílio de um mascoto, peneirar, amassar e vergar no vergadoiro. Os oleiros usavam o torno e coziam a loiça em forno coberto, com duas câmaras. Produziam loiça para ir ao fogo e para água, vasos para plantas, formas para pão-de-ló, fornos para cozer pão, coelheiras, bebedouros e comedouros para aves, e brinquedos para crianças.

Nos séculos XIX-XX a loiça era vendida essencialmente nas feiras de Barcelos, Ponte de Lima e Viana do Castelo, sendo transportada em carro de bois.

Loiça vidrada

Em 1899 produzia-se loiça vidrada em diversas freguesias, sendo que em 1940, o seu fabrico se estendia por Lama, Areias, Galegos Santa Maria, Galegos S. Martinho e Manhente.

Na oficina o barro era colocado no calco ou aloque e aí espicaçado com o auxílio de uma sachola. Depois era demolido com água, assim permanecendo durante algum tempo até

que ficasse bem humedecido. De seguida era amassado com a pata dos bois e, depois de devidamente amassado, atirado à parede para que a pasta perdesse a água em excesso que ainda possuía, sendo posteriormente vergado no vergadoiro. O oleiro fazia então as pélas ou peloiros que levava ao torno para a execução das peças. Alguma loiça era decorada com pinturas feitas pelas mulheres, à mão livre, ainda antes de receberem o banho de vidrado.

O forno usado por estes oleiros era semelhante ao utilizado para cozer a loiça vermelha. A loiça vidrada era cozida uma única vez, apenas havendo uma segunda cozedura no caso da «loiça de vidrados corados».

Guimarães (Braga)

Em 1884, na Exposição Industrial de Guimarães, é referida a existência de 30 operários do sexo masculino a trabalhar em olaria.

O barro era quase todo adquirido em Prado, preparando-se o barro do seguinte modo: o barro seco era colocado dentro do masseirão, esmagado com um pisão ou mascoto até ficar reduzido a pó; de seguida era peneirado, amassado com água dentro da masseira e vergado no vergadoiro, dando-se-lhe a forma de uma broa. Desta broa retirava o oleiro um pedaço de barro, o peloiro, o qual ia depois à roda. Decoravam algumas peças com o auxílio de singela ferramenta, recorrendo para o efeito à impressão com marcadeira ou carretilha, à técnica do encrespado, ao «rendilhado» e à aplicação de mica e de elementos moldados. A loiça era cozida em atmosfera oxidante, em forno abobadado constituído por duas câmaras. Em 1909 produziam “cântaros, púcaros, panelas, testos, chocolateiras, vasos para flores, alguidares, botijas, tubos de encanação, estros para ladrilho de fornos e fornos de cozedura de padaria, que ora se fazem em Guimarães”. Comercializavam a sua loiça em Guimarães, Fafe, Lixa, Amarante, Basto e Penafiel.