

**Museu Nacional do Azulejo: um exemplo de comunicação intercultural
para uma melhor acessibilidade**

Siwei Li

**Relatório
de Estágio de Mestrado em Museologia**

Julho, 2018

Relatório de Estágio apresentado para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Museologia realizado sob a orientação científica da Professora Doutora
Alexandra Curvelo

Museu Nacional do Azulejo: um exemplo de comunicação intercultural para uma melhor acessibilidade

Siwei LI

Resumo

O presente relatório de estágio identifica a experiência e a apresentação das atividades realizadas no Museu Nacional do Azulejo (MNAz), de outubro de 2017 até abril de 2018. Inserido no âmbito do projeto de melhor acessibilidade da comunicação intercultural, o meu trabalho foi realizado em torno do tema *Museu Nacional do Azulejo: um exemplo de comunicação intercultural para uma melhor acessibilidade*.

O relatório é dividido em duas partes: começa por se centrar na comunicação intercultural e na discussão teórica em torno da sua integração com a teoria da comunicação intercultural e da sua aplicabilidade no âmbito museológico, passando seguidamente para uma exposição e análise do estágio no museu, através da apresentação da instituição, da sua história e colecção. Merece particular desenvolvimento o processo da elaboração da versão chinesa do audioguia. Assim, apresenta-se o método da elaboração da versão chinesa do audioguia e as dificuldades encontradas, pretendendo-se dar já algumas indicações para melhoramentos que poderão ser realizados no futuro.

Em Anexo surge versão a chinesa do audioguia, no intuito de vir a servir de instrumento de trabalho.

PALAVRAS-CHAVES: Museu Nacional do Azulejo; Comunicação intercultural; Audioguia; Portugal; China; Acessibilidade; Linguagem.

Azulejo National Museum: one example of international communication for a better access

Siwei LI

Abstract

This internship report intensifies an experience and presentation of activity from my work at the Azulejo National Museum in October of 2017 until April of 2018. It is a part of the museum project: international communication for a better access. My work was registered as the theme: *Azulejo National Museum: an example of international communication for better access*.

The report is divided into two parts. First, is about the intercultural communication: an integrated discussion with the theory of intercultural communication and its applicability in the musicological context and at the same time, a relation with access that offers a basic theory for my work. Second, my internship at the museum includes a presentation of the museum and its history and collection. The main work: process of the elaboration of Chinese version of audio guide is being emphasized.

It presents the method of the elaboration of the Chinese version audio guide, and at the same time, the difficulties during the work are presented in order to improve the audio guide in the future.

Lastly, the annexes of the audio guide in Chinese version is presents to give a good example of an orientation for similar works in the future.

KEY-WORDS: Azulejo National Museum; Intercultural communication; Audio guide; Portugal; China; Access; Language.

Lista de Abreviaturas

DGPC – Direção-Geral do Património Cultural

IPM - Instituto Português de Museus

ICOM - International Council of Museums

MNAA - Museu Nacional de Arte Antiga

MNAz – Museu Nacional do Azulejo

MET – Metropolitan Museum of Art

ÍNDICE

Introdução	1
Capítulo I – Comunicação Intercultural: discussão de conceitos e de aplicabilidade.....	8
1. Conceitos de comunicação Intercultural	8
1.1 Conceitos em geral.....	8
1.2 Os âmbitos da comunicação intercultural	12
2. A comunicação intercultural num âmbito museológico e sua acessibilidade	16
2.1 Conceito da comunicação intercultural no museu	16
2.2 A relação com a acessibilidade.....	18
2.3 Medidas de acessibilidade da comunicação intercultural no museu	22
Capítulo II – O estágio no Museu Nacional do Azulejo.....	26
1. Porquê o Museu Nacional do Azulejo?	26
1.1 Museu Nacional do Azulejo.....	26
1.2 Exposições permanentes e espaço arquitectónico	29
1.3 Projeto para melhorar acessibilidade da comunicação intercultural do museu	33
1.4 Audioguia	37
2. Estágio e trabalhos realizados na acessibilidade da comunicação intercultural	43
2.1 Elaborar a versão chinesa do audioguia.....	46
2.2 Respostas à elaboração do audioguia da versão chinesa	70
Conclusão.....	74
Bibliografias e fontes.....	76
Anexo.....	79

Introdução

Escolha do tema

O trabalho que se apresenta com o título *Museu Nacional de Azulejo: um exemplo de comunicação intercultural para uma melhor acessibilidade*, centra-se no meu estágio curricular no Serviço Educativo do MNAz, e tem como objectivo melhorar a acessibilidade do museu no âmbito da comunicação intercultural.

A modalidade de Estágio com relatório foi a que considerei mais adequada para realizar a componente não-letiva do Mestrado de Museologia, na medida em que me permitia conciliar uma vertente teórica com uma vertente prática. Todavia, não posso deixar de dizer que esta escolha também partiu do meu interesse pela instituição em questão, sendo para mim uma grande honra estagiar no MNAz.

Com vista a melhorar a acessibilidade da comunicação intercultural da instituição para facilitar a visita a pessoas de diferentes culturas, idades e com diferentes formações, e tentando cobrir as diferentes áreas do museu, o meu trabalho consistiu em elaborar o audioguia e o mapa de visita do museu em língua chinesa, de forma a atender às crescentes necessidades dos visitantes chineses.

Considero que o meu contributo foi útil para o MNAz, na medida em que pode contribuir para a comunicação intercultural entre Portugal e a China.

Motivação do relatório

Depois do estudo no primeiro ano letivo do Mestrado em Museologia, sentia a necessidade de aplicar a informação que adquiri ao longo da parte curricular, tendo então optado pela modalidade de estágio com relatório. Através desta escolha, senti que podia utilizar e pôr em prática as teorias e conhecimentos que tinha estudado na vertente teórica do mestrado.

A comunicação intercultural é imemorial, sendo um tema axial na diplomacia e políticas internacionais. A comunicação intercultural está diretamente associada aos conceitos de cultura e de identidade cultural, tendo vindo a conquistar um espaço importante na reflexão realizada em termos académicos, mas não se limita só a este tópico, dado que o campo onde é aplicada é complexo e baseia-se no intercâmbio linguístico.

O Museu de arte, enquanto espaço inclusivo e aberto a diferentes públicos, é um lugar privilegiado para trabalhar o conceito e os métodos associados à comunicação intercultural, possibilitando testar de diferentes formas a sua praticabilidade.

Muitos museus, não só na Europa, mas também noutros continentes, têm vindo a melhorar a capacidade de acessibilidade ao nível de comunicação cultural, com base na linguagem. Porém, e não obstante os esforços e alguns resultados alcançados, a maioria dos museus ainda não tem um alto nível de acessibilidade para os visitantes de língua chinesa – um grupo que tem assumido cada vez mais uma maior

expressividade nos números de visitantes de equipamentos culturais em toda a Europa ocidental –, o que, até certo ponto, dificulta a comunicação intercultural.

No MNAz, que não é uma exceção, há um número cada vez maior de visitantes chineses. De acordo com as *Estatísticas de visitantes 2016, Monumentos, Museus e Palácios da DGPC*¹, a partir do ano 2012 até 2016, a taxa de crescimento dos visitantes no MNAz é de 84,7%, sendo o crescimento dos visitantes chineses o mais expressivo. Por outro lado, estamos perante uma coleção de características únicas: um Museu de cerâmica centrado no *azulejo*, uma expressão artística de raiz islâmica, que através dos contactos estabelecidos por via da expansão marítima portuguesa veio a assimilar muitos referentes da porcelana da China. Encontramos aqui uma história interconectada que pensamos ser uma razão acrescida para propor um trabalho no âmbito da comunicação e acessibilidade intercultural desta instituição.

Em termos pessoais, vejo esta ocasião como uma oportunidade para aliar o meu percurso de vida e de formação académica, seja através das línguas que domino, como da licenciatura que realizei em Língua e cultura portuguesa, bem como o posterior mestrado (parte curricular) em Museologia, podendo desta forma contribuir para melhorar a acessibilidade no MNAz num domínio que tem vindo a despertar o meu interesse.

¹http://www.patrimoniocultural.gov.pt/static/data/museus_e_monumentos/estatisticas1/ev2016relatorio_breve.pdf. Site da DGPC

Objetivo do relatório

O trabalho do estágio pretende apresentar em termos gerais uma reflexão sobre a actual situação da acessibilidade na vertente da comunicação intercultural no MNAz, procurando desenvolver uma análise pessoal também na óptica dos visitantes chineses durante as suas visitas ao museu. O que se procura é um melhor nível de acessibilidade do museu, tendo como objectivo tornar a visita mais informativa e atrair mais visitantes chineses.

Como já mencionei, parte das motivações que levaram à realização deste trabalho decorrem da constatação da necessidade crescente da acessibilidade em comunicação intercultural numa época de desenvolvimento global económico, social e cultural. Os museus em Portugal, enraizados na sua longa história e cultura, desempenham um papel importante na divulgação e apresentação dos seus espaços históricos e das suas coleções, tanto para o público residente, como para os visitantes de diferentes países, constituindo este um dos grandes reptos que se colocam às equipas dos museus.

Durante o meu trabalho de estágio elaborei a actualização do audioguia e do mapa do museu na versão chinesa, baseando-me no conceito da comunicação intercultural e no estudo de situação da acessibilidade do museu, trabalho este que foi feito em conjunto com funcionários do museu.

Neste relatório procuramos dar resposta às seguintes questões, que consideramos

fundamentais:

- 1) O que é comunicação intercultural?
- 2) A comunicação intercultural em âmbito museológico.
- 3) Como se realiza um estágio curricular no MNAz?
- 4) Qual é a situação actual da acessibilidade no museu?
- 5) Como podemos melhorar a acessibilidade da comunicação intercultural no museu?

Os objetivos que pretendo concretizar neste estudo de estágio são os seguintes:

- 1) Explicar o conceito de comunicação intercultural e o seu significado através da teoria académica, discussão e aplicabilidade através de alguns exemplos específicos.
- 2) Mostrar alguns exemplos da acessibilidade de comunicação intercultural aplicada nos museus para salientar o seu papel e importância.
- 3) Apresentar o meu trabalho e investigação no MNAz.
- 4) E, por fim, realizar um sumário com repostas para uma melhor acessibilidade na comunicação cultural no museu.

Metodologia

O presente relatório divide-se em dois capítulos principais, tendo cada capítulo planos de abordagem articulados com os objetivos do relatório. O primeiro capítulo aborda uma discussão de conceitos e a aplicabilidade da comunicação intercultural, correspondendo às questões teóricas que determinaram a investigação e elaboração do presente relatório. O segundo capítulo, não só aborda a parte prática como apresenta as informações mais gerais sobre o MNAz, sendo acompanhado pela situação da acessibilidade da comunicação intercultural do museu. Por fim, temos a conclusão que se dedica a dar algumas respostas, tendo em conta a minha experiência dentro do tema.

Para elaborar o presente trabalho, tive como suporte as seguintes referências:

- 1) Espólio documental do MNAz, incluindo os livros sobre os diferentes espaços do museu, as coleções e os azulejos em geral. Simultaneamente, também consultei fichas de inventário e alguns manuscritos, tais como os registos dos visitantes e livros dos comentários. Com o objetivo de analisar a situação da acessibilidade da comunicação intercultural do museu, também consultei o livro de comentários de visitantes do museu. Para a elaboração da edição chinesa do audioguia e do mapa, consultei espólios fotográficos referentes a registos visuais da coleção, do espaço do museu e duas edições de audioguia

(edição portuguesa e inglesa). Também consultei o site do museu (<http://www.museudoazulejo.gov.pt/>) e o site da Direcção-Geral do Património Cultural.

- 2) Publicações sobre o MNAz e a história do azulejo, incluindo livros, jornais, artigos e alguns sites dedicados ao património do azulejo e à sua história.
- 3) Publicações sobre teoria e prática da comunicação intercultural e, mais especificamente, a sua aplicabilidade no âmbito museológico.
- 4) Dissertações, projetos e relatórios académicos de mestrado e doutoramento na área de museologia e comunicação intercultural.

Por fim, e porque o estágio e o relatório que agora se apresenta dependeram bastante da ajuda de muitas pessoas que acompanharam de perto o meu trabalho, não quero deixar de agradecer aos meus colegas no MNAz, especialmente à minha orientadora no Serviço Educativo, Dra. Helena Montiel, e ao meu orientador de estágio, Doutor Alexandre Pais, bem como à orientadora científica na Faculdade, Professora Doutora Alexandra Curvelo.

Capítulo I – Comunicação Intercultural: discussão de conceitos e de aplicabilidade

1. Conceitos de comunicação Intercultural

1.1 Conceitos em geral

A cultura, sendo um domínio muito complexo, foi desde sempre o instrumento de comunicação entre os povos, na medida em que pode contribuir fortemente para o esforço da compreensão internacional, reconhecendo as especificidades das formas de expressão e dos valores culturais próprios de cada sociedade.²

A expressão "Comunicação Intercultural" surgiu em 1959, sendo o crédito frequentemente dado ao antropólogo americano Edward T. Hall, que a utilizou pela primeira vez no seu livro *The Silent Language*.

Dado os fenómenos de globalização, nomeadamente por via das migrações nacionais e internacionais (muitas vezes por via dos conflitos armados), do crescente multiculturalismo e dos encruzamentos culturais, são cada vez mais as pessoas que não partilhando a mesma língua, os mesmos costumes, as mesmas tradições e a mesma história do país em que se encontram, se vêem confrontadas com numerosas questões e com um enorme desafio relativo à comunicação.

A Comunicação intercultural também é vista como comunicação global, sendo uma prática na área da comunicação que acontece entre fronteiras internacionais, ou

² *Guia Prático da Década Mundial de Desenvolvimento Cultural 1988-1997*, p.29.

seja entre duas ou mais culturas.³ Está ligada a indivíduos provenientes de culturas diferentes, onde a forma de comunicação pode diferenciar-se por palavras, gestos e entonações. A comunicação intercultural surgiu então, como consequência dos efeitos e influências crescentes da globalização.

De que falamos quando evocamos a 'Comunicação Intercultural'? Importa ter presente, desde logo, que estamos perante uma realidade dinâmica que escapa a qualquer tentativa de definição demasiado fechada.⁴ Quer dizer, a comunicação intercultural é baseada na diversidade. Como uma parte muito relevante da nossa sociedade, a diversidade, ou seja, desigualdade que é, sem dúvida, uma realidade tangível, facilmente identificada e frequentemente denunciada.⁵ É consensual que a diversidade contribui para o enriquecimento da sociedade e é reconhecido que a diversidade é fundamental para o desenvolvimento e até para a própria sobrevivência da sociedade.⁶ Por isso, é muito importante que prestemos mais atenção à diversidade.

Provavelmente, nem todas as pessoas têm noção da existência da comunicação intercultural, ainda que tenham noção de assuntos relacionados com teorias ou a prática da comunicação. Por isso, é necessário que salientamos o processo da comunicação intercultural não é de algo onde se cruzam vários participantes, mas também que estes transportam consigo, como uma marca profunda e indelével.

Apesar de ter mencionado no primeiro parágrafo, que a expressão 'comunicação

³ GORTNER, *Internacional communication: History, conflict, and controlo of global metropolis*, p.6.

⁴ CABECINHAS, CUNHA. *Da importancia do dialogo ao desafiada interculturalidade*. P.7.

⁵ CABECINHAS, CUNHA. *Da importancia do dialogo ao desafiada interculturalidade*. P.9.

⁶ CABECINHAS, CUNHA. *Da importancia do dialogo ao desafiada interculturalidade*. P.8.

intercultural' foi criada, pela primeira, vez no ano 1959, tal não significa que a comunicação intercultural seja um 'novo paradigma do século XXI'. A comunicação intercultural não surgiu com a globalização. A história da humanidade fez com que a comunicação intercultural sempre existisse: em guerras entre tribos, subjugação de povos, expansão de impérios, estabelecimento de comércio, conquista de territórios e exportação de produtos, por exemplo. Actualmente, ela tornou-se mais intensa, sobretudo por via das revoluções nos meios de comunicação e transportes que culminaram na globalização.

A linguagem, sendo uma transmissora cultural, está enraizada na cultura humana para comunicar e compartilhar informações, mas também como expressão de identidade, sendo utilizada para a união de uma comunidade específica. Por isso, entre cada língua, a cultura que lhe está associada é bastante diferente, o que faz com que haja um problema de comunicação intercultural. Por isso, a linguagem é sempre primeiro meio na comunicação intercultural para aberto para uma diversidade, ou seja, uma cultura.

O fenómeno, ou seja, as dificuldades da comunicação entre culturas diferentes define-se por "barreiras culturais". Em grandes capitais encontram-se algumas misturas culturais, ou culturas específicas em determinadas regiões, surgindo então uma barreira cultural. Os indivíduos utilizam os mesmos gestos e palavras para comunicar entre si, pode ser compreendido de uma maneira muito diferente, sendo que desta forma a interpretação será de acordo com a cultura de cada receptor.⁷ Centrando-me na

⁷ ROBBINS, *Comportamento organizacional*, p.205.

comunicação intercultural, podemos afirmar que existem quatro tipos de barreiras culturais: barreiras semânticas, barreiras causadas pelas conotações⁸, barreiras causadas pela entonações⁹ e barreiras causadas pelas diferenças de percepções.

Numa era de processo florescente da globalização, a comunicação entre as culturas torna-se cada vez mais importante. As empresas internacionais começaram primeiramente a oferecer cursos de línguas para seus funcionários, no que têm sido seguidas por alguns governos. Por exemplo, a Huawei Grupo Tecnologia, uma das melhores empresas internacionais da China tem muitos funcionários estrangeiros. A empresa oferece um curso do Mandarim para os seus funcionários com objetivo de que facilitar a vida na China e ao mesmo tempo conhecer a cultura chinesa. Sob a sua influência, o governo chinês nos últimos anos, tem começando a oferecer o curso Mandarim grátis aos estrangeiros na China. As Nações Unidas, como a comissão global mais importante do mundo, a partir dos anos 70 do último século, começou a dedicar-se à promoção do serviço multilingual (línguas oficiais em Árabe, Mandarim, Inglês, Francês, Russo e Espanhol) para melhorar a comunicação intercultural dos seus trabalhos.

⁸ As palavras possuem sentidos diferentes de acordo com as línguas e expressões dos diversos países ou fronteiras, na qual cada palavra pode se remeter a inúmeros sentidos e significados. ROBBINS, *Comportamento organizacional*.P.57.

⁹ Em algumas culturas, a língua é formal e em outras informais. Às vezes a entonação depende do contexto: as pessoas falam diferente quando estão em casa, numa festa ou no trabalho. A utilização de um tom pessoal e informal em uma situação que demanda um estilo mais formal pode causar embaraço e até constrangimento. CONÇALVES, *O jogo das diferenças: o multiculturalismo e seus contectos*. P.22.

Hoje em dia, as instituições, empresas e governos prestam atenção em promover um bom nível de comunicação intercultural nos seus alvos de desenvolvimento. Portanto, as aplicabilidades estendem-se a vários âmbitos.

1.2 Os âmbitos da comunicação intercultural

Depois de conhecer os conceitos da comunicação intercultural, a aplicabilidade da comunicação intercultural é efectuada em diversos âmbitos na nossa vida. A internacionalização e a globalização tornaram-se parte integrante da nossa sociedade e continuam a aumentar a sua importância. O nosso contacto com pessoas de diferentes culturas, seja no local de trabalho, instituições educacionais ou nas nossas vidas diárias, está a aumentar de uma forma constante. Para muitos, a cooperação internacional relacionada com o trabalho em casa ou no exterior tornou-se uma norma. Os médias internacionais cobrem eventos em todo o mundo e têm fácil acesso a países geograficamente e culturalmente distantes.¹⁰

Antes de mais, e com peso crescente na economia mundial, temos o âmbito do comércio. Cada vez mais empresas internacionais dão maior atenção ao nível de comunicação intercultural, nomeadamente ao promoverem a aprendizagem de outra língua aos trabalhadores, e ao estarem mais sensibilizadas para outros costumes e hábitos, por forma a responder às necessidades cada vez mais específicas do comércio internacional.¹¹ Além disso, com o processo da globalização, mais empresas

¹⁰ THOMAS, KINAST e SCHROLL-MACHL (Ed.) *Handbook of Intercultural Communication and Cooperation: Basic and Areas of Application*.

¹¹ MATTHEWS, THAKKAR. *The Impact of Globalization on Cross-Cultural Communication*. P.67.

estabelecem as suas empresas de filiação em outros países. Ou seja, a entrada de trabalhadores com outras origens numa empresa deixa de ser um fenómeno pontual, pois esta é uma forma de garantir o funcionamento eficaz da empresa, de que depende, igualmente, a aplicabilidade da comunicação intercultural. A comunicação intercultural contribui, então, para o sucesso de comércios internacionais entre grandes empresas.

Segundo, no governo. A partir do século XXI, a cooperação internacional tornou-se gradualmente num *mainstream*. O sucesso de cooperação internacional baseia-se na comunicação intercultural entre os países, e cada governo desempenha um papel bastante relevante no processo. O governo de cada país presta atenção à comunicação intercultural, sendo que essa atenção se reflete em certas áreas, tais como: políticas e regulamento para promover o nível de comunicação intercultural (nomeadamente através da aprendizagem de uma segunda língua na escola); situação económica e social global que consiste em obter um horizonte internacional para o mundo e obter intercâmbios entre as escolas superiores; finanças governamentais, que ajudam na investigação, exposições e livros na área de comunicação intercultural; importação e exportação cultural, são gradualmente realizadas entre países.

Outro campo fundamental é o da cultura e da arte. A cultura e a arte são constituídas por ação, interação e comunicação. Portanto, a comunicação intercultural, na área de cultura e arte é o princípio de discussão no presente trabalho. A cultura e arte são os representantes mais directos da história e da vida dos seres humanos,

desempenhando assim um papel relevante no desenvolvimento humano, na identidade dos indivíduos e no seu sentido de pertença.

Nos últimos anos, com o desenvolvimento crescente da globalização, as instituições dedicadas à divulgação da cultura, arte, língua e história estão disseminadas pelo mundo. A maioria destas instituições é apoiada pelos seus governos e departamentos culturais, para ensinar aos estrangeiros, a sua língua, proporcionando, então, um espaço para conhecer melhor o país. Devo mencionar que o Instituto Confúcio é um pioneiro neste campo em termos de divulgação da língua, cultura e arte chinesa. Nesse caso, milhares e milhares de estrangeiros através do Instituto de Confúcio, são introduzidos e/ou aprofundam os seus conhecimentos sobre a China. Para o caso da língua e cultura portuguesas e espanholas, o Instituto Camões de Portugal e o Instituto de Cervantes de Espanha, respectivamente, desempenham o mesmo papel na comunicação intercultural.

As atividades pessoais e as atividades de grupos em matéria de comunicação intercultural também não podem ser ignoradas. A partir dos anos 80 do último século, os concertos e os eventos artísticos têm ganho uma relevância cada vez maior. Para além do seu papel lúdico, muitas destas atividades promovem a interação cultural entre diferentes países. Tomemos como exemplo o Fado, que tendo sido elevado a Património Cultural e Imaterial da Humanidade, é simultaneamente um tesouro musical de Portugal, representando a sua cultura, história e arte musical, e para muitos uma expressão da “portugalidade”. O fado surge assim como um veículo da cultura portuguesa entendida num sentido lato.

Por fim, seguem-se os museus. De acordo com ICOM, um museu consiste numa instituição permanente, sem fins lucrativos, a serviço da sociedade e do seu desenvolvimento, aberta ao público e que adquire, conserva, investiga, difunde e expõe os testemunhos materiais do homem e o que o rodeia, para a educação e deleite da sociedade. Os museus conservam, colecionam e mostram e divulgam a cultura e a história da Humanidade. O museu, sendo uma instituição que visa a educação das pessoas, tem de saber comunicar interculturalmente, sendo este um dos seus maiores reptos na actualidade.

Com o desenvolvimento dos museus, as funções dos museus na área de educação e comunicação, tornaram-se mais amplas. Desde o início do período moderno que os museus foram definidos como lugares em que os cidadãos adquirem conhecimento, discutem ideias e tomam consciência dos seus direitos e deveres.¹² De acordo com o desenvolvimento do direito do cidadão, muitos museus começaram a abrir as suas galerias ao público de forma gratuita. Neste caso, não só estimula o entusiasmo e o interesse do público em visitar o museu, como também se desenvolve, a partir de outra perspetiva, a função de comunicação do museu.

Nos últimos 20 anos, e num processo associado ao desenvolvimento económico e social, os museus enquanto guardiões culturais têm-se tornado em lugares privilegiados de comunicação intercultural, através de visitas de turistas internacionais e da organização das exposições temporárias de coleções de outros museus ou instituições internacionais. A comunicação intercultural torna-se, de forma

¹² BENNETT, *Civic Seeing: Museums and the Organization of Vision*. P.25.

gradual, importante para o funcionamento dos museus e um alto nível de acessibilidade comunicacional pode gerar mais público e, sobretudo, tornar o museu mais acessível.

Um dos maiores desafios para os museus no início do século XXI são os visitantes e o seu perfil multifacetado, o que exigirá mudanças consideráveis nas práticas profissionais dos museus.¹³ Se por um lado, a aplicabilidade da comunicação intercultural corresponde à necessidade de uma crescente atenção dada aos visitantes, por outro torna-se num elemento fundamental na transmissão da cultura e história.

2. A comunicação intercultural num âmbito museológico e sua acessibilidade

2.1 Conceito da comunicação intercultural no museu

De acordo com a minha investigação, na área museológica, não há um conceito definido e específico de comunicação intercultural. Aliás, podemos generalizar o termo 'Comunicação intercultural' tendo em conta os conceitos definidos em 'Comunicação, Público e Acessibilidade'.

Na edição portuguesa do livro: *Conceitos-chave de museologia*, o termo comunicar corresponde ao termo transmitir. Podemos entender o termo 'comunicar' como um processo de transmissão de uma mensagem e provavelmente a sua receção entre um emissor e um receptor, através do uso de recursos físicos, como a fala ou a

¹³ HOPPER-GREENHILL, *Studying Visitors*.

visão ou ainda através de dispositivos técnicos, como a rádio, televisão ou o telefone, por exemplo.¹⁴

Assim, os museus comunicam para divulgar o património museológico para que, deste modo, possam transmitir conhecimentos, incentivar a investigação, ser um meio complementar ao sistema de ensino e à aprendizagem ao longo da vida, podendo satisfazer as expectativas dos seus visitantes, atrair novos visitantes e tornar-se num pilar fundamental da comunidade e de regeneração social.¹⁵ Por isso, a comunicação no museu também é um meio de oferecer uma educação aos visitantes. A educação tem desempenhado um grande papel e cada vez mais especializada para os museus.¹⁶

Como indicado no último parágrafo, o público, ou seja, os visitantes, são receptores que interagem com os museus. Podemos considerar que o público é um dos objetivos dos museus. Presente em quase todas as definições atuais de museu, a noção de público ocupa um lugar central no seio do museu: 'instituição [...] a serviço da sociedade e do seu desenvolvimento, aberta ao público'.¹⁷ Isso significa que todos os visitantes são abrangidos no termo de público, entre quais os vindos de uma cultura e nações diferentes. Parece, entretanto, que a verdadeira tarefa do museu é a da transmissão, entendida como uma comunicação predominantemente unilateral no tempo, com o objetivo de permitir a cada um se apropriar da bagagem cultural que assegura a sua humanidade e sua inserção na sociedade.¹⁸

¹⁴ PAIS, *Exposição e estratégias de comunicação no Museu Nacional do Azulejo*. P. 56.

¹⁵ HILLIER, *A Closer Look. Increasing Access Through Interpretation*.

¹⁶ HEIN, *Museum Education*. P.340.

¹⁷ A versão lusófona do Código de Ética para Museus está disponível no site do Comité Brasileiro do ICOM: <http://www.icom.org.br>.

¹⁸ A versão lusófona do Código de Ética para Museus está disponível no site do Comité Brasileiro do

Por isso, podemos generalizar que a comunicação intercultural no museu significa transmitir conhecimentos, incentivar a investigação e oferecer uma educação a todos visitantes de culturas, nações e linguagens diferentes. Isso reflete-se geralmente na linguagem que o museu oferece aos visitantes.

Na era da globalização, o multiculturalismo e a preservação da diversidade cultural representam novos desafios para os museus, em particular para os etnográficos. Não se trata só de conhecer o “Outro”, que está no centro dos museus tradicionais, mas de uma nova perspectiva sobre a diversidade, que se desenvolve também nas nossas sociedades, com as comunidades de imigrantes, que implica que o “Outro” ou “Outros” passaram a fazer parte de “nós”.¹⁹ Então, os museus tornam-se um lugar, ou seja uma ferramenta de interculturalidade. Mas como é que podemos dar o acesso intercultural para todo `Nós`?

No entanto, o nível de acessibilidade dos museus, que apresenta a comunicação intercultural, é explicado no próximo capítulo, explica-se então o conceito.

2.2 A relação com a acessibilidade

Em termos de acessibilidade, que pretende melhorar o acesso à Cultura, aos Museus e às suas coleções, por parte dos visitantes com necessidades especiais, sendo este um objetivo essencial por todos partilhado²⁰, de acordo com *Museus e Acessibilidade dos Temas de Museologia*.

ICOM: <http://www.icom.org.br>.

¹⁹ CARVALHO, *Diversidade cultural e museus no século XXI: o emergir de novos paradigmas*. P.1.

²⁰ Instituto Português de Museus, Palácio Nacional da Ajuda. 1 Edição, Abril de 2004

No entanto, é sabido que numerosos obstáculos impedem a plena fruição do nosso património cultural móvel, seja através de inúmeras barreiras arquitetónicas que surgem ao longo de um percurso expositivo, seja através de diversas deficiências de comunicação que se revelam na documentação de apoio e contextualização de exposições e acontecimentos, na sinalética e na identificação dos objetos.²¹

A acessibilidade é aqui entendida num sentido lato. Começa nos aspectos físicos e arquitetónicos – acessibilidade do espaço – mas vai muito para além deles, uma vez que toca outras componentes determinantes, que entram na esfera do intelecto e das emoções, acessibilidade da informação e do acervo.²²

No âmbito da legislação, também é salientada e definida a importância da acessibilidade no funcionamento e objetivo dos museus portugueses, pelo que passamos a citar os artigos 58º e 59º na Lei-Quadro dos Museus Portugueses, lei n.º 47/2004, 19 Agosto.

Artigo 58.º

Apoio aos visitantes

O museu deve prestar às visitantes informações que contribuam para proporcionar a qualidade da visita e o cumprimento da função educativa.

Artigo 59.º

Apoio a pessoas com deficiência

1- Os visitantes com necessidades especiais, nomeadamente pessoas com deficiência, tem direito a um apoio específico.

²¹ Instituto Português de Museus, Palácio Nacional da Ajuda. 1 Edição, Abril de 2004

²² Instituto Português de Museus, Palácio Nacional da Ajuda. 1 Edição, Abril de 2004

2- O museu publicita o apoio referido no número anterior e promove condições de igualdade na fruição cultural.

De acordo com Artigo 58.º da Lei-Quadro dos Museus Portugueses, os museus têm a responsabilidade de prestar o máximo apoio aos visitantes, ajudar na sua visita e auxiliar no cumprimento da função educativa. Explica-se então, que os museus são responsáveis por oferecer um espaço acessível a todos os visitantes para atingir os objetivos de os educar e transmitir melhor a cultura e história.

No entanto, o artigo 59.º é mais específico, e explica bem os apoios dos museus para os seus visitantes portadores de alguma deficiência. Os museus dedicam-se em oferecer um espaço acessível para todos visitantes de acordo com o princípio da igualdade, oferecendo então apoios especiais para pessoas portadores de alguma deficiência como dificuldade de movimento, visão, audição e compreensão.

Podem existir diversos obstáculos, tais como obstáculos físicos, sensoriais, intelectuais, emocionais, culturais e financeiros.

A acessibilidade para as pessoas com deficiência é bastante relevante. Mas há a considerar especialmente os visitantes não nacionais que vêm de outra origem, cultura e usam outra língua, e muito provavelmente têm algumas dificuldades durante a visita.

Por outro lado, o objetivo de melhorar a acessibilidade nos museus tem sido considerado fundamental para o seu próprio crescimento e desenvolvimento. Neste âmbito inclui-se não apenas a acessibilidade do espaço, de circulação e de exposição,

mas também das coleções, dos programas e das atividades promovidas pelos museus. O grau de sucesso do museu e o bom *feedback* de uma visita depende, em grande medida, da forma como o museu perspetiva e actualiza o acesso físico e intelectual dos seus públicos. Muitos museus passaram a dar maior prioridade às necessidades previstas no planeamento de suas exposições, e que, ampliando, eles "concretizam" seu público como concreto.²³ O *feedback* de uma visita pode ser uma ferramenta para uma análise para ajudar investigadores e profissionais dos museus no planeamento de iniciativas para o envolvimento de diferentes comunidades, visando o diálogo intercultural.²⁴

De acordo com os dados das estatísticas de DGPC (Direção-Geral do Património Cultural), no ano 2016, os museus portugueses registaram 1.479.227 pessoas, entre as quais a percentagem dos visitantes estrangeiros já ultrapassam os visitantes nacionais (Entradas estrangeiras 2016 são 50,1%)²⁵. O MNAz ocupa o terceiro lugar entre os museus mais visitados em Portugal, sendo os visitantes estrangeiros o grupo quantitativamente mais expressivo.²⁶

Estes dados justificam, pelo menos em parte, a necessidade de uma melhor acessibilidade no âmbito da comunicação intercultural em correspondência com o aumento dos visitantes estrangeiros e com as exigências que comportam.

Efectivamente, importa ter em conta que quando os museus estão a planificar e a programar uma exposição, ou seja, um espaço museal, assumem um discurso que é

²³ FALK, DIERING e ADAMS. *Living in a learning society: Museums and free choice learning*. P.345

²⁴ PIERRE, FRANCK, HEYNDERICKX e MASURE. *A intercultural tool for museums*. P.37

²⁵ Estatísticas de visitantes 2016 Monumentos, museus e palácios da DGPC p.2

²⁶ Vê-se na anexo II, tabelas dos visitantes dos museus de DGPC no ano 2011-2016.

familiar ao contexto cultural em que se integram. No entanto, esta abordagem pode afastar alguns visitantes e inclusivamente melindrar outros. Por isso, é bastante relevante que um museu tome também em consideração outras formas de pensar, de ver e, sobretudo, a existência de diferentes referentes culturais e religiosos.

A linguagem é um dos maiores problemas que se colocam em termos de obstáculos culturais, o que se reflete na acessibilidade de informação. As pessoas podem ter problemas de literacia por várias razões:

1. Qualquer tipo de necessidades especiais que afecte a capacidade de ler ou compreender;
2. Uma educação formal limitada;
3. Problemas de carácter social;
4. Língua materna diferente da língua oficial do país onde vivem.²⁷

2.3 Medidas de acessibilidade da comunicação intercultural no museu

São várias os veículos de acessibilidade da comunicação intercultural em contexto museológico. Além das medidas tradicionais, tais como visitas guiadas, ateliês, sinalética, textos de painéis, folhetos e roteiros, com o desenvolvimento da tecnologia de informação e comunicação (TICs), estes veículos também se estendem às áreas da

²⁷ Instituto Português de Museus, Palácio Nacional da Ajuda. 1 Edição, Abril de 2004

tecnologia informática, tais como os websites dos museus, audioguias, aplicações para telemóvel, vídeo e áudio no museu, etc.

Para que estes instrumentos atinjam um alto nível de satisfação em termos de acessibilidade da comunicação intercultural, precisamos de prestar mais atenção aos padrões e regras a seguir, mostrando-se então algumas medidas que devem ser tomadas em linha de conta.

Começo por salientar as visitas guiadas. A visita guiada é uma medida principal e a mais direta da acessibilidade da comunicação intercultural do museu. Provavelmente todos museus modernos têm este serviço disponível aos seus visitantes. A visita guiada é dedicada a um determinado tipo de visitantes, nomeadamente um grupo de visitantes que tenham a necessidade de ter uma visita numa língua estrangeira, e que necessitem de algum tipo de explicação sobre as coleções/exposições. Em comparação, visitar o museu sozinho, lendo os painéis de texto e folhetos de cada coleção não seria o mesmo que fazer uma visita guiada, pois a visita guiada consegue oferecer uma apresentação auditiva e profissional. Ao mesmo tempo, os visitantes podem perguntar ao guia sobre alguns problemas e dúvidas específicas. Por fim, tem de se mencionar, que a visita guiada é passível de ser feita em várias línguas, correspondentemente às necessidades dos visitantes estrangeiros. Os guias das visitas guiadas são profissionais, e precisam de ser treinados antes de realizarem visitas guiadas. Mais importante, eles têm que falar pelo menos duas línguas, idealmente têm de ser bilingues²⁸(língua de origem, ou seja língua materna, e

²⁸ O termo bilinguismo, aplicado ao indivíduo, pode significar simplesmente a capacidade de

uma segunda língua). Para dar um melhor conhecimento aos visitantes estrangeiros, a linguagem utilizada tem que ser fácil e clara, e o mais importante é que tem de estar adequada às particularidades da língua, às fontes de cultura e de educação, e além disso, têm de ter em consideração algum tabu do idioma ou da cultura. Porque a tradução não é um acto literal. A tradução é um processo de gerar a equivalência. A teoria da tradução introduz a noção particularidades de sentido em estudos de tradução, fazendo uma distinção entre correspondências de palavras e equivalências de sentido, e mostrando a diferença entre definições de palavras e frases (correspondências de palavras) e o sentido de textos ou fragmentos em um determinado contexto. (equivalências de sentido).²⁹

Em segundo lugar, a sinalética. A sinalética desempenha um papel bastante relevante para os visitantes, sendo um dos elementos fundamentais para uma boa visita, oferecendo indicações adequadas. Para os estrangeiros, algumas sinaléticas têm que ser em pelo menos duas línguas. As saídas e entradas precisam de ser bem identificadas. Os mapas de orientação têm que serem simples e claros.

Em terceiro lugar, refiram-se os textos para leitura imediata. Os textos são um meio directo e importante para expressar e explicar as coleções aos visitantes. Os textos contêm a apresentação do museu, das coleções e também as fichas técnicas relativas aos objectos/artefactos. Os idiomas dos textos também deveriam estar em duas línguas: a língua de origem e o inglês.

expressar-se em duas línguas. SAUNDERS, *Bilingual children: From birth to teens*. p.57.

²⁹ JAKOBSEN, *On linguistic aspects of translation*. P.23.

Sobre os audioguia, e graças ao desenvolvimento de tecnologia, este é um instrumento que tem vindo gradualmente a tornar-se numa ferramenta importante dentro dos museus. Em comparação com a visita guiada tradicional, o audioguia oferece diversas vantagens, como a sua fácil portabilidade, ao mesmo tempo que proporciona várias versões de línguas diferentes para facilitar a compreensão de visitantes estrangeiros. A utilização do audioguia não exige funcionários profissionais bilingues para uma visita guiada. No entanto, para a elaboração e preparação do audioguia, são necessários funcionários profissionais para conceber e escrever o texto do audioguia, que é a sua base fundamental. As versões de outras línguas podem ser traduzidas para a versão original por especialistas, tradutores ou funcionários dos museus que dominam duas línguas e conhecem bem as coleções, costumes linguísticos e culturais.

Por fim, elenco as multimédias e a internet. Todas as medidas de tecnologia/informática podem ser categorizadas como multimédia. O uso do telemóvel acresce a possibilidade de acessibilidade remota para todos os visitantes. Cada vez mais museus já tem as suas aplicações exclusivas com a divulgação de informações das exposições, apresentação de coleções e algumas têm a função de audioguia. Essas aplicações também oferecem várias versões de línguas que permitem aos visitantes estrangeiros a aprendizagem sobre as coleções. Com a utilização da aplicação, os museus não só divulgam a sua instituição e coleções, como também oferecem uma boa acessibilidade de comunicação intercultural para um público alargado.

Capítulo II – O estágio no Museu Nacional do Azulejo

1. Porquê o Museu Nacional do Azulejo?

1.1 Museu Nacional do Azulejo

O MNAz está sob a tutela da DGPC – Direção-Geral do Património Cultural. A actual direção é da responsabilidade da Dr.^a Maria Antónia Pinto de Matos.

O museu está aberto de terça-feira até domingo, das 10h00 às 18h00. Encerra às segunda-feiras, Domingo de Páscoa, feriado de ano novo, Dia 1 de Maio e 25 de Dezembro.

O museu foi criado em 1965, tornando-se Museu Nacional em 1980. Encontra-se instalado no antigo Convento da Madre de Deus, fundado em 1509 pela rainha D. Leonor, mulher do rei D. João II e irmã D. Manuel I. Era um convento de clausura da Ordem de Santa Clara ou de Clarissas, o ramo feminino da Ordem de S. Francisco ou dos Franciscanos. Durante os séculos, o edifício teve diversas remodelações.

No tempo do rei D. João III e da rainha D. Catarina de Áustria, fizeram-se obras de renovação para salvar o Convento das cheias do Tejo. Nos fins do séc. XVII e séc. XVIII, o próprio edifício teve vários novos projetos de remodelação.

Com a extinção das ordens religiosas em 1834 e após a morte da última freira em 1871. O , o Convento perdeu a sua função religiosa. E depois fizeram-se várias obras de restauro. Durante este período, o Convento começou a receber conjuntos de

azulejos retirados de paredes de outros edifícios, principalmente de edifícios religiosos. A partir de 1916 a igreja e algumas partes do antigo Convento ficam sob tutela do Museu Nacional de Arte Antiga (MNAA), sendo considerado como um anexo, para mostrar um dos melhores exemplos de barrocos em Portugal a partir de 1932.³⁰

Com objetivo de realizar uma exposição comemorativa dos 500 anos do nascimento da Rainha D. Leonor, o claustro e igreja da Madre de Deus foram remodelados e restaurados com o patrocínio da Fundação Calouste Gulbenkian. No ano 1958, a exposição inaugurou-se e obteve um grande sucesso. Foi graças a este sucesso que a ideia de abrir neste espaço um museu do azulejo que articularia com as coleções do MNAA, começou a ganhar forma.

Em 1980, o museu já não era uma parte do MNAA e recebe o nome de Museu Nacional do Azulejo. Desde esse período, o MNAz começou a cumprir completamente às suas funções museológicas.

No âmbito de acervo, a coleção do museu abrange peças azulejares da segunda metade do século XV até à actualidade. As coleções estendem-se por uma diversidade de tipologias, incluindo não só azulejo, mas também peças de cerâmica, porcelana e faiança dos séculos XIX e XX. As coleções desempenham um papel bastante relevante na história e cultura portuguesa, que representam a sua alta tecnologia de produção e estética.

³⁰*Casa Perfeitíssima. 500 Anos da Fundação do Mosteiro da Madre de Deus. Celebrating 500 Years of the Foundation of the Convent of Madre de Deus 1509-2009.* Lisboa: Instituto dos Museus e da Conservação, 2009. [Catálogo de Exposição]

A missão, vocação e objetivo são três pilares e o núcleo de um museu. Através destes três tópicos, pode-se conhecer um museu.³¹ De acordo com o regulamento interno, mostram-se a missão, vocação e objetivo do MNAZ.

A missão de MNAZ:

O Museu Nacional do Azulejo tem por missão recolher, conservar, estudar e divulgar exemplares representativos da evolução da Cerâmica e do Azulejo em Portugal, promovendo as boas práticas de Inventariação, Documentação, Investigação, Classificação, Divulgação, Conservação e Restauro da Cerâmica e, muito em especial, do Azulejo. Integra também a missão do MNAz a salvaguarda patrimonial da igreja e dos demais espaços do antigo Mosteiro da Madre de Deus.

(Artigo 4.º do Regulamento Interno do MNAz, 2008)

A vocação de MNAZ:

O Centro das suas actividades é a Cerâmica de Revestimento, pelo que deve constituir-se como entidade de referência e apoio à formação académica e profissional, à investigação científica e tecnológica nas áreas da cerâmica de revestimento, cabendo-lhe apoiar as entidades públicas e privadas que tutelam patrimónios construídos com revestimentos cerâmicos, por todo o país.

(Artigo 5º do Regulamento Interno do MNAz, 2008)

O objetivo do museu é divulgado no próprio website da instituição:

Através das suas actividades, o museu dá a conhecer a história do Azulejo em Portugal procurando chamar a atenção da sociedade para a necessidade e importância da protecção

³¹ WANG, *The Basis of Chinese Museology*. P.89.

*daquela que é a expressão artística diferenciadora da cultura portuguesa no mundo: o Azulejo.*³²

1.2 Exposições permanentes e espaço arquitectónico

Em simultâneo com a exposição de carácter permanente, MNAz tem promovido e realizado uma série de exposições temporárias.

Os percursos da exposição de carácter permanente do museu distribuem-se pelos três pisos do edifício do Convento da Madre e organizam-se cronologicamente. Dada a especificidade das coleções e do espaço expositivo, há espaços do convento que são eles mesmo objetos expositivos do museu, uma vez que algumas das paredes estão revestidas com conjuntos azulejares importantes. Estes painéis não só são peças da coleção, como também faz parte integrante da arquitetura.

De acordo com o conceito do museu, o facto do próprio edifício ser um monumento não é uma excepção, na medida em que o museu tenta construir uma relação entre a sua arquitetura e a coleção. No caso do MNAz, o percurso expositivo também engloba os antigos espaços conventuais da igreja, claustros, coro alto e capela, assim como as salas de exposições temporárias.³³

³² *Página do MNAz na Internet*<http://www.museudoazulejo.pt/ptPT/OMNAz/ContentList.aspx>

³³ MORAIS, *Nacional do Azulejo: incorporação e Programação Expositiva de um Painel de Azulejos Proveniente da Quinta de Santos António da Bela Visita, Pragal*. P.33.

A partir da entrada do museu (Piso 1), os visitantes podem iniciar directamente a sua visita, sendo-lhes oferecida a possibilidade de passear no jardim do claustro. A fonte de mármore de estilo gótico encontra-se colocada no centro do jardim, e é decorada com uma taça suportada por 6 pequenas figuras de homens. Curiosamente, o acesso ao jardim está fechado por vidros transparentes, que permite aos visitantes observar o local onde os conservadores estão a restaurar as peças. Às vezes também é usado para exposições temporárias ou eventos.

Depois do claustro, seguindo a primeira sala, verificamos que a mesma apresenta ao visitante as técnicas de produção do azulejo, tais como a técnica do alicatado, da corda seca e de aresta, procurando-se assim apresentar questões de ordem técnica relativas à produção do azulejo antes de se iniciar a visita à colecção. Simultaneamente, e permitindo o cruzamento de informação, nas vitrinas e nas paredes estão expostos alguns azulejos hispano-mouriscos dos séculos XV e XVI.

Nas salas seguintes encontram-se alguns painéis de azulejos do século XVI e XVII, de que se destaca, pela sua relevância histórica e técnica, o painel/retábulo de *Nossa Senhora da Vida*.

Seguindo ao percurso, entra-se numa pequena sala: a Capela D. Leonor, que foi museografada por ocasião da exposição relativa aos 500 anos da fundação do Convento pela Rainha D. Leonor³⁴. O `Panorama de Jerusalém`, uma pintura devocional de grandes dimensões que descreve todos os passos da Paixão de Cristo,

³⁴ Casa Perfeitíssima. 500 Anos da Fundação do Mosteiro da Madre de Deus. Celebrating 500 Years of the Foundation of the Convent of Madre de Deus 1509-2009. Lisboa: Instituto dos Museus e da Conservação, 2009. [Catálogo de Exposição]

oferecida pelo Imperador Maximiliano à sua prima D. Leonor, ocupa lugar de destaque, assim como os medalhões Della Robbia encomendados pela soberana à célebre oficina florentina.

Depois da Capela D. Leonor, os visitantes podem entrar na igreja através do coro baixo, espaço que corresponde ao coro da igreja primitiva. O espaço é decorado com painéis azulejares, alguns dos quais datáveis da fundação do Convento, e altares em talha dourada e escultura estofada e policromada.

Saindo do coro baixo, entra-se diretamente na igreja. A igreja do Convento de Madre Deus é marcada pela sua decoração azulejar, de talha dourada e de pinturas, que se traduz numa ambiência particular, unificadora do espaço sagrado, própria do barroco português.

Saindo da Igreja e para aceder ao primeiro piso, é necessário atravessar o designado claustro, onde se situa a fonte de Santa Aua, cuja água era considerada milagrosa.³⁵ O espaço é revestido por azulejos enxaquetados originalmente pertencentes ao Convento de Santa Ana, em Lisboa, revelando o impacto da extinção das Ordens religiosas em Oitocentos e a dispersão do património dos conventos e mosteiros. Também a escadaria de acesso ao primeiro piso apresenta um silhar azulejar setecentista proveniente de um palácio lisboeta, Palácio Quinta da Praia³⁶ e alusivo ao tema da caça.

³⁵ Audioguia para o Museu Nacional do Azulejo (Textos finais terminados a 3 de novembro de 2010)

³⁶ A Quinta da Praia (onde é hoje o Centro Cultural de Belém), cujo nome recordava o tempo em que o rio chegava ao limite Sul da propriedade, e que representava uma das primeiras manifestações de apropriação de Belém pela nobreza.

http://lisboadeantigamente.blogspot.pt/2016/01/palacio-da-quinta-da-praia_4.html

No segundo piso o discurso narrativo começa por fazer a passagem do azulejo do século XVII (sala da Caça, Silhar do Convento de São Bento e claustro) para o do século XVIII, predominando aqui o azulejo azul e branco e “de autor”, associado ao “Ciclo dos Mestres”.

É neste piso que se situa a Capela de St. António, que alberga o famoso Presépio da Madre de Deus, e que é um dos espaços mais harmoniosos do antigo convento, associando a talha dourada e o azulejo azul e branco de forma simultaneamente equilibrada e majestosa.

O Coro Alto, também designado por Capela do Tesouro pelas relíquias que aí se encontram guardadas em bustos relicários de elevado nível artístico, permite ao visitante ter uma visão da igreja a partir deste plano superior.

Regressando ao grande claustro joanino com traça de Diogo de Torralva, a que se acede pela Capela de Sto. António, podemos aceder às salas alusivas ao azulejo produzido na altura do terramoto de 1755 e que se disseminou por inúmeros espaços da capital e do resto do país.

Depois apresentam-se coleções da produção da azulejaria portuguesa no século XIX e XX, a produção semi-industrial e de autor. Se para o século XIX se sublinha a disseminação azulejar em diferentes espaços e contextos arquitectónicos e sociais, no século XX o azulejo, assim como a cerâmica em geral, surgem como um meio de expressão individual dos artistas nacionais.

A exposição de carácter permanente termina no piso 3, na sala da Vista de Lisboa, que é um espaço dedicado às vistas da cidade em azulejo, com particular relevo para a famosa composição anónima datável de cerca de 1700.

1.3 Projeto para melhorar acessibilidade da comunicação intercultural do museu

Em fase da necessidade criada pelo crescimento de visitantes estrangeiros e da tendência de melhorar a acessibilidade à comunicação intercultural entre os grandes museus do mundo, o MNAz, como o terceiro museu mais visitado e representante da cultura portuguesa, lançou um projeto que consiste em melhorar a acessibilidade à comunicação intercultural com o objetivo de facilitar a visita a um público alargado e de promover melhor a sua cultura e história.

O centro do projeto para melhorar a acessibilidade à comunicação intercultural do MNAz é 'focar nos visitantes' como ponto de partida. A análise estatística dos visitantes de 2011 até 2016 permite-nos sublinhar que o número de visitantes nacionais e internacionais está a crescer gradualmente. Apesar do aumento do número dos visitantes estrangeiros acelerar de ano para ano, regra geral o número dos visitantes nacionais ainda é preponderante nos museus portugueses. No entanto, o ano 2016 foi aquele em que pela primeira vez o número de visitantes estrangeiros ultrapassou o número de visitantes nacionais.

Museus									
	Entradas nacionais	Entradas estrangeiras	Total de visitantes	Entradas nacionais	Entradas estrangeiras	Entradas nacionais	Entradas estrangeiras	Entradas Nacionais	Entradas Estrangeiras
				2016-2015	2016-2015	2011 - 2016	2011 - 2016	2016	2016
				Variação positiva/negativa	Variação positiva/negativa	Taxa de crescimento		% Entradas Nacionais - Entradas Estrangeiras no total de entradas	
2011	591.384	369.410	960.794					61,6%	38,4%
2012	579.609	395.467	975.076					59,4%	40,6%
2013	534.616	416.958	951.574					56,2%	43,8%
2014	611.054	512.855	1.123.909					54,4%	45,6%
2015	647.515	604.202	1.251.717					51,7%	48,3%
2016	738.336	740.891	1.479.227	14,0%	22,6%	24,8%	100,6%	49,9%	50,1%
	proporção maior								

Figura 1: Evolução do nº de Entradas nacionais e estrangeiras por tipo de equipamento cultural. 2011-2016³⁷

Embora esta mudança não seja numericamente ou percentualmente muito significativa, não pode deixar de merecer a nossa atenção, pois coloca a questão das crescentes necessidades dos visitantes estrangeiros.

Não consideramos que os museus são 'Máquinas de fazer dinheiro', mas é claramente importante o equilíbrio entre o custo e a receita. De acordo com a investigação por DGPC, a maioria dos museus que não conseguem ter uma receita que pode cobrir metade do custo. O MNAA, é claro, que apresenta indicadores desapontadoramente medianos, ou até medíocres, como seja o de em 2015 somente ter gerado proveitos no valor de 15% dos custos operacionais. Entre os museus nacionais, o que mais se acercaria do ideal europeu seria o do Azulejo, com 65% de cobertura dos custos por proveitos.³⁸ Mas ao contrário, O Museu do Louvre, quase cobre o custo por causa da sua actividade comercial à marca do Louvre, e mais consideramos as receitas indirectas, designadamente as que decorrem do turismo,

³⁷ http://www.patrimoniocultural.gov.pt/static/data/museus_e_monumentos/estatisticas1/ev2016relatorio_breve.pdf. Site da DGPC

³⁸ RAPOSO, Museus Nacionais autonomia: a dura realidade.

então, os proveitos obtidos mais do que duplicam os custos, fazendo do Museu do Louvre não apenas um símbolo identitário, como um bom negócio.³⁹ Por esta razão, o turismo desempenha um grande papel na sobrevivência de um museu.

Proveitos correntes e custos operacionais			
DGC: Monumentos, palácios e museus (2015)			
	Proveitos/ despesas (%)	Custos/ visitantes (€)	Proveitos/ visitantes (€)
MONUMENTOS			
M. Jerónimos + T. Belém	755 a)	0,63	4,78 a)
Most. Batalha	324	1,22	3,96
C. Cristo, Tomar	164	2,59	4,24
Most. Alcobaça	157	2,81	4,42
Panteão Nacional	59	3,85	2,29
PALÁCIOS			
PN Mafra	47	3,31	1,54
PN Ajuda + Biblioteca Ajuda	25	18,43	4,56
MUSEUS			
MN Azulejo	65	5,92	3,86
MM Conímbriga	56	9,90	5,58
MN Coches	42	6,91	0,97
MN Machado de Castro	33	15,43	5,11
MN Grão Vasco	20	8,87	1,75
MN Arte Contemporânea	20	24,56	4,84
MN Arqueologia	16 b)	12,25	1,97 b)
MN Arte Antiga	15	12,96	1,98
MN Etnologia + M Arte Popular	8	24,99	2,01
MN Soares dos Reis	7	21,05	1,49
MN Teatro e Dança	6	14,73	0,83
C-M Anastácio Gonçalves	5	29,97	1,48
MNacional Traje	5	15,96	0,74
MN Música	4	21,35	0,89

a) Sem receita de caixa arrecadada no MN Arqueologia: 618 e 3,91
b) Considerando receita total de caixa arrecadada: 116 e 14,22

Fonte: DGC

Figura 2: Proveitos correntes e custos operacionais dos museus da DGC ⁴⁰

De acordo com a investigação sobre os visitantes que é realizada pela equipa do MNAz, entre os visitantes estrangeiros o número de visitantes asiáticos é cada vez maior graças ao desenvolvimento económico dos países asiáticos e do intercâmbio intercultural entre Portugal e países asiáticos, por exemplo as exposições culturais asiáticas em Portugal, voo directo de Lisboa para Pequim e seminários das culturas

³⁹ RAPOSO, Museus Nacionais autonomia: a dura realidade.

⁴⁰ RAPOSO, Museus Nacionais autonomia: a dura realidade.

portuguesas presença na Ásia. Dos visitantes estrangeiros, destacam-se os visitantes chineses, que estão a crescer de uma forma expressiva. Cresceu 40% para 191 mil nos primeiros nove meses do ano 2017.⁴¹ Há uns anos atrás, os turistas asiáticos viajavam sobretudo em grupo e em viagens organizadas e acompanhadas por guias/intérpretes da mesma nacionalidade. Porém, actualmente, um número cada vez maior de turistas asiáticos viaja sozinho, em família ou com um grupo de amigos. Apesar de nos últimos anos o nível de inglês destes turistas estar a melhorar, ainda está longe de chegar a um nível suficiente para a compreensão das informações dadas em contexto museográfico⁴². Dada esta situação, é necessário que sejam as instituições e o Turismo de Portugal a providenciar as informações e os instrumentos necessários. No entanto, e no caso do MNAz, e não obstante a caracterização do público que o visita, ainda não é possível oferecer um serviço de visita guiada em qualquer língua asiática, bem como mapas, textos e audioguias nas línguas indicadas. Esta situação pode causar um constrangimento relevante aos visitantes asiáticos, na medida em que não conseguem aceder à informação, o que afecta o grau de satisfação da sua visita e contribuir para o desconhecimento sobre a cultura e arte portuguesas.

Por esta razão, melhorar a acessibilidade da comunicação intercultural para os visitantes asiáticos é relevante. Será essencial oferecerem-se visitas guiadas, mapas e textos nas línguas indicadas. Mas ter uma visita-guiada em cada língua não é fácil,

41

<https://www.dn.pt/dinheiro/interior/hospedes-chineses-em-portugal-crescem-40-para-191-mil-ate-sete-mbro---governo-8937634.html> Site do DN

⁴² Recurso do *Metropolitan Museum of Art*. <https://www.metmuseum.org/blogs/digital-underground/2015/improving-the-audio-guide-a-look-at-our-visitors>

precisando de pelo menos um funcionário especial bilingue, o que será difícil de encontrar, além de que adicionaria mais um custo ao museu. Assim, o audioguia surge como a melhor opção. O MNAz também considera melhorar o sistema de audioguia, estando este no primeiro lugar do projeto da acessibilidade à comunicação intercultural, a que se associa a sua aplicação de telemóvel (já com duas versões linguísticas disponíveis, inglesa e portuguesa) na versão das linguagens asiáticas, tais como chinês, japonês e coreano.

1.4 Audioguia

Considera-se a implementação do audioguia uma medida simples, mas crucial na experiência do museu, e um serviço útil para os visitantes. Hoje em dia, e depois de contar com algumas décadas de experiência (desde finais dos anos 1990), já se encontram audioguias em quase todos os museus, na medida em que este é entendido como um instrumento que ajuda os visitantes a perceberem melhor as coleções, por outro lado, permitindo aos museus promover a história e cultura das coleções sem grandes custos associados.

Nos últimos anos, o audioguia desenvolveu-se no sentido de incorporar várias línguas, em correspondência com a necessidade do leque crescente de visitantes estrangeiros, permitindo deste modo contestar a valorização negativa de alguns que consideram este dispositivo antiquado.

Veamos, a título de exemplo da utilização feita do audioguia, o estudo do audioguia no *Metropolitan Museum of Art*, Nova Iorque, Estados Unidos, que já possui um sistema de audioguia bastante complexo que se incluem uma aplicação do telemóvel, contextos exaustivos com diversas versões da língua e um sistema de *feedback dos visitantes*.

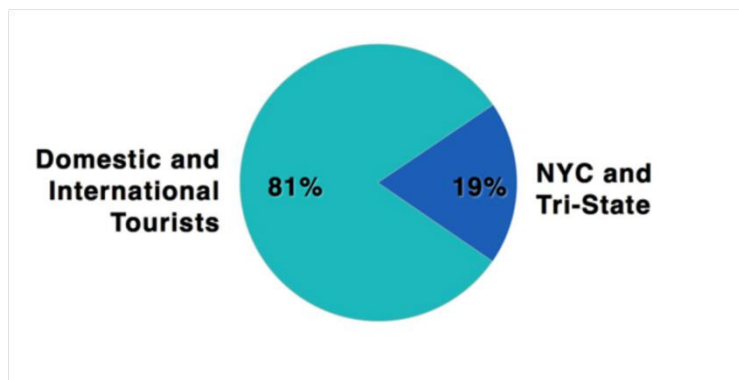


Figura 3: A percentagem da utilização do audioguia entre os turistas internos (turismo doméstico) e internacionais em comparação com locais.⁴³

⁴³ Recurso do *Metropolitan Museum of Art*.
<https://www.metmuseum.org/blogs/digital-underground/2015/improving-the-audio-guide-a-look-at-our-visitors>

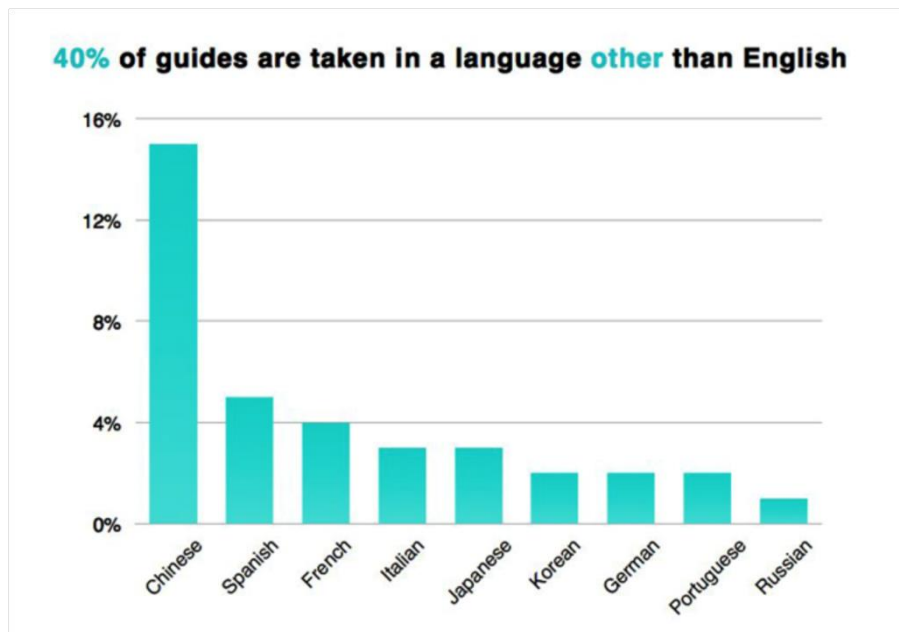


Figura 4: A percentagem dos utilizadores do audioguia nas outras línguas, excepto inglês.⁴⁴

De acordo com a investigação do *Metropolitan Museum of Art*, já se pode ver que há um grande crescimento na utilização do audioguia por parte dos visitantes chineses. Tenhamos também presente, que este fenómeno não é exclusivo dos Estados Unidos, tendo-se disseminado um pouco por todo o mundo, particularmente na Europa ocidental. Daqui decorre, na perspectiva dos museus, a necessidade de incluir uma versão chinesa nos seus audioguias promovendo assim a acessibilidade à comunicação intercultural.

Como é sabido, para além da barreira linguística, existe igualmente uma barreira cultural entre o Ocidente e o dito Oriente. São diferentes os contextos e referentes históricos, religiosos, culturais, simbólicos. Contudo, estas diferenças fundamentais não foram tidas em conta pela maior parte das instituições museológicas quando se

⁴⁴ Recurso do *Metropolitan Museum of Art*.
<https://www.metmuseum.org/blogs/digital-underground/2015/improving-the-audio-guide-a-look-at-our-visitors>

tratou de traduzir para línguas asiáticas os respectivos audioguias. O que se fez na maior parte das vezes foi proceder-se a uma tradução mais ou menos livre sem ter em atenção necessidades especiais do público visado, nomeadamente detalhes lexicais de determinadas culturas, o que causou bastantes dificuldades aos visitantes.

Mas como pode um audioguia facilitar a acessibilidade aos visitantes estrangeiros, e mais especificamente os visitantes chineses?

Primeiro, a versão chinesa não pode ser traduzida livremente da versão original. A tradução tem que ser efectuada por um especialista, que tem que possuir um bom conhecimento da cultura chinesa e que tenha conhecimento da versão original do documento traduzido, ou seja, que conheça não apenas a língua na qual o documento foi originalmente redigido, mas que esteja por dentro da sua cultura e referentes. Por outro lado, quem faz a tradução necessita também de conhecer o museu/instituição e/ou a colecção em questão.

Em segundo lugar, a versão chinesa precisa de corresponder aos hábitos de expressão linguística dos chineses para poder ser cabalmente compreendida.

Realço também, como ponto terceiro, a necessidade de, após a elaboração da primeira versão, proceder a uma revisão e correcção sistemática da mesma por mais do que uma pessoa. Do meu ponto de vista, e com base na experiência que realizei no MNAz, essa revisão tem que passar pelo menos por quatro pessoas de língua chinesa: primeiro, por um especialista da língua para verificar se existe algum problema na tradução, depois por três pessoas chinesas que têm educação e nível de compreensão diferentes para simular os visitantes reais.

Em quarto lugar, antes de lançar a nova versão, é muito importante fazer o roteiro e experimentar o audioguia, vendo se as indicações estão corretas ou não.

Por fim, uma boa versão do audioguia é sempre focada nos visitantes/público(s)-alvos. Por isso, é sempre importante saber o que os visitantes acham sobre o audioguia, o que pode ser realizado através de inquéritos ou por outros meios (os museus podem mesmo receber as classificações através do audioguia).

O sistema do audioguia no Museu Nacional do Azulejo

O MNAz é um museu líder na utilização do audioguia digital no âmbito dos museus em Lisboa. O audioguia digital foi lançado no ano 2010 no modo da aplicação de telemóvel na plataforma de Android e IOS. O audioguia vem com duas versões: a inglesa e a portuguesa.

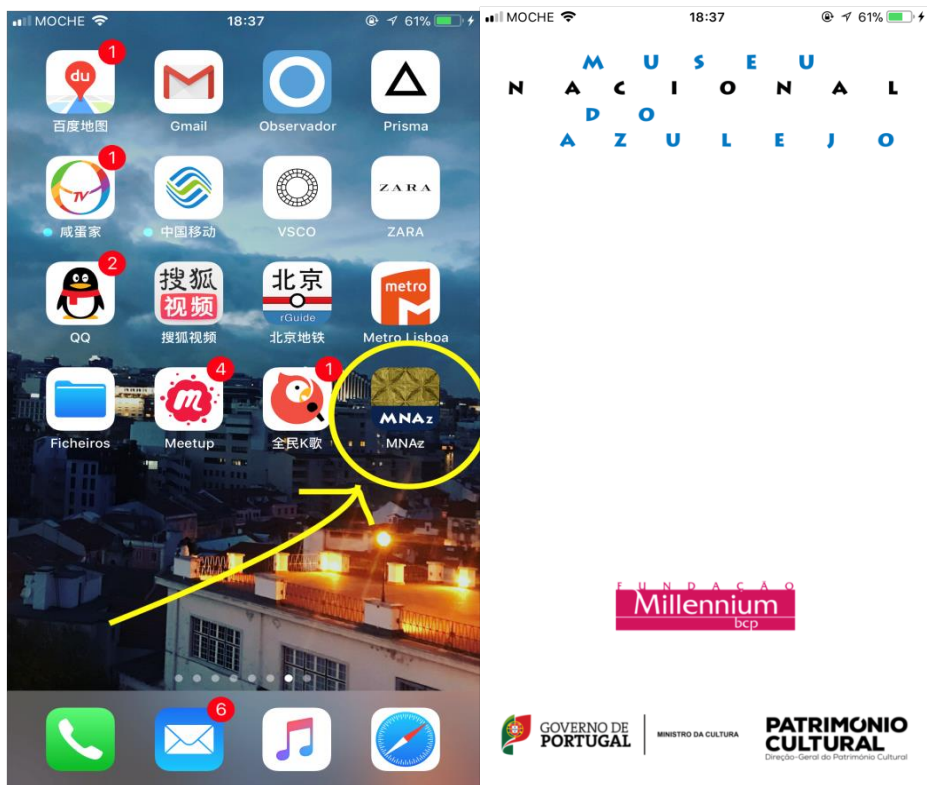


Figura 5: Aplicação do audioguia no telemóvel

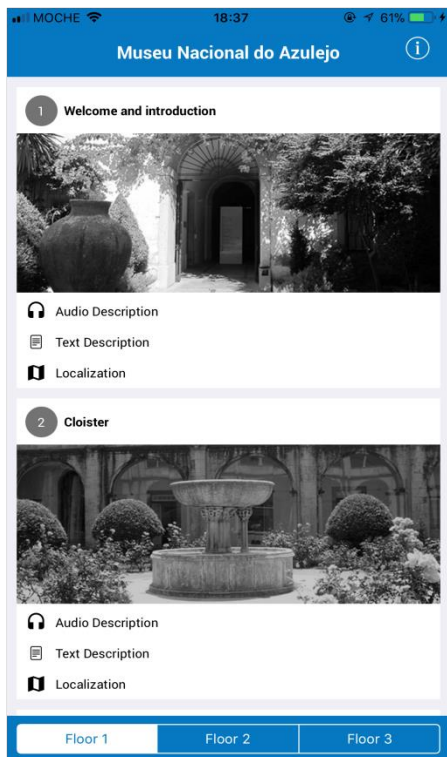


Figura 6: Página principal do audioguia

A plataforma da aplicação é fácil e simples, no sentido em que é intuitiva. O audioguia é separado em vários capítulos, de acordo com o roteiro da visita. Em cada capítulo os visitantes podem ouvir o áudio, ao mesmo tempo que se lhes oferece um mapa a indicar a localização e uma fotografia que apresenta o espaço conventual e as coleções.

Ambas as versões, inglesa e portuguesa, são usadas por textos do áudio que ambas as versões têm como base um texto que é lido, simples e fáceis de entender. Verifica-se que a versão final inglesa não foi traduzida literalmente, tendo havido cuidado em relação aos hábitos de expressão linguística dos visitantes de países que falam inglês.

2. Estágio e trabalhos realizados na acessibilidade da comunicação intercultural

O meu trabalho de estágio no museu visou melhorar a acessibilidade da comunicação intercultural para os visitantes chineses, tendo seguido as seguintes etapas:

Aprender as coleções e a história do museu;

Aprender e investigar a situação da acessibilidade da comunicação intercultural do museu;

Analisar e fazer um diagnóstico da acessibilidade à comunicação intercultural do museu;

Elaborar a versão chinesa do audioguia (tradução, revisão e correcção)

Apresentar propostas para melhorar a acessibilidade da comunicação intercultural.

Diagnóstico da acessibilidade da comunicação intercultural no museu

Depois de ter visitado e lido sobre as coleções, os espaços do museu e a sua história, fiquei com as referências fundamentais sobre a instituição e o seu passado. O meu primeiro passo para melhorar a acessibilidade da comunicação intercultural era, claramente, fazer um diagnóstico para saber exactamente a situação actual do museu.

Durante a elaboração do diagnóstico fiz várias visitas, não só aos espaços expositivos, como também aos espaços de serviço, como a receção, a loja e a cafetaria. Um diagnóstico não pode ser útil e efetivo uma análise detalhada através de metodologias adequadas. Neste caso, recorri à *Ficha de diagnóstico para avaliação da acessibilidade nos museus*⁴⁵ e à análise SWOT para obter um diagnóstico completo que me auxiliasse a produzir algumas propostas para melhorar a acessibilidade da comunicação intercultural.

De acordo com o documento oficial da acessibilidade, o MNAz procura ser um espaço acessível a todos. Encontram-se textos sobre cada coleção em língua portuguesa e inglesa, aplicando-se o mesmo à sinalética do espaço. O museu tem audioguias (português e inglês), vídeo guias (Língua Gestual Portuguesa e Sistema de

⁴⁵ Uma ficha por Instituto Português de Museus, Palácio Nacional da Ajuda. 1 Edição, Abril de 2004 (Ve-se no Anexo I)

Signos Internacional) e um conjunto de 17 réplicas em relevo com legendagem em Braille.⁴⁶

No âmbito da acessibilidade à comunicação intercultural, como indicado antes, o museu lançou uma aplicação para o telemóvel de audioguia em português e inglês. O museu utiliza no seu website ambas as línguas. Contudo, devemos assinalar que na versão inglesa encontramos alguns erros e falta de informação. Em simultâneo, também se encontra um mapa de orientação em ambas as línguas. Nos espaços expositivos, os textos nos painéis, folhetos e roteiros estão em português e inglês, mas durante a minha visita encontrei alguns erros nos textos em língua inglesa, havendo casos em que os textos estão unicamente em português. Nos espaços da cafeteria, o menu também tem duas versões.

Feito o diagnóstico, proponho a seguinte análise de SWOT:

Funções	Contribui para a missão ou os objetivos da instituição.	Dificulta a missão ou os objetivos da instituição.
Internos	Forças: Quase todas informações nos espaços expositivos têm versões em duas línguas.	Fraquezas: Não oferece mais textos, mapa e audioguia em diversas linguagens.
Externos	Oportunidade: Facilita a maioria dos visitantes que falam português e inglês.	Ameaças: os visitantes que não falam inglês ou português, têm dificuldades na sua visita.

A partir desta análise, creio ser imperativo oferecer-se serviços em mais línguas,

⁴⁶ Documento da acessibilidade do Museu Nacional do Azulejo.

o que veio ao encontro do projeto que me propus realizar com vista em melhorar a acessibilidade à comunicação intercultural do MNAz.

2.1 Elaborar a versão chinesa do audioguia

A elaboração da versão chinesa do audioguia foi a actividade mais importante do meu trabalho durante o estágio no museu.

O processo de elaboração da versão chinesa do audioguia durou quase 4 meses. Comecei em outubro de 2017 e terminei em fevereiro de 2018, período durante o qual fui responsável por todos os passos da elaboração da versão chinesa do audioguia até ao ponto em que poderia ser gravado, ou seja, transposto para áudio. A versão final passou, duas vezes, por correções e revisões feitas por mim, e três vezes por revisões realizadas por três colegas chineses de diferentes idades, educação, e nível de conhecimento geral, para que examinassem a amplitude da sua audiência e da utilização do audioguia.

Durante a tradução, e para além da permanente do dicionário português- chinês⁴⁷, recorri frequentemente a vários livros relacionados com teoria da tradução de chinês para português, sobre estratégia de tradução e cultura portuguesa.

O meu trabalho começou por estudar o texto da versão portuguesa do audioguia.⁴⁸ O texto apresenta um total de 33 secções, incluindo apresentações dos

⁴⁷ A.A.V.V., *Dicionário da Língua Portuguesa*, 2013; WANG, LU. *Gramática da Língua Portuguesa*, 1999; CHEN, *Dicionário Português-Chines*, 2001.

⁴⁸ Textos finais terminados do áudio guia a 3 de novembro de 2010 oferecido por Museu Nacional do Azulejo.

espaços conventuais e as coleções. O texto do audioguia é separado em dois percursos, um narrado numa voz masculina e outro numa voz feminina. Assim, a voz masculina reporta à história da azulejaria em Portugal desde os seus primórdios até à actualidade; no outro, a história dos espaços conventuais é narrada por uma voz feminina, lembrando as freiras que cá viveram.⁴⁹

Estudei o texto do audioguia sobre a história do espaço conventual, coleções mencionadas no texto e consultei especialmente o roteiro do museu sobre a tecnologia da produção do azulejo, assim como termos religiosos.

Além da versão portuguesa, também estudei a versão inglesa, que não é só uma versão traduzida do português, mas que tem muitas partes mudadas em correspondência com expressões específicas da língua inglesa. Esta verificação foi essencial, na medida em que me forneceu um exemplo para elaborar a versão chinesa e deu-me a ideia de uma estratégia para a sua elaboração. Efectivamente, durante o meu estudo da versão inglesa encontrei alguns erros em palavras e também algumas frases difíceis de entender, o que fez com que prestasse especial atenção no momento em que tive que começar a tradução para chinês, a fim de evitar as mesmas falhas.

Ao experimentar a função do audioguia, carreguei ambas versões (portuguesa e inglesa) no meu telemóvel para fazer uma visita guiada através da aplicação. Sendo o audioguia um dispositivo que assume a função de uma visita guiada, a sua utilização pressupõe clareza nas indicações prestadas a nível do percurso, do roteiro, na

⁴⁹ Textos finais terminados do áudio guia a 3 de novembro de 2010 oferecido por Museu Nacional do Azulejo.

apresentação das colecções e na narração da história do monumento, como é o caso do MNAz. Há muitos factores que podem influenciar a utilização do audioguia durante a visita, como por exemplo a duração dos textos, o ritmo a que são lidos, o tom de voz, o vocabulário utilizado e o percurso escolhido.

Os meus outros objetivos em usar ambas as versões de audioguia por aplicação foram as seguintes:

Estudar a expressão linguística do texto.

Conhecer os diferentes espaços expositivos e as suas designações.

Estudar as colecções e as iconografias, sobretudo as religiosas.

Fazer um diagnóstico e um sumário dos problemas mais recorrentes.

Ao atingir os objetivos mencionados, fiz duas visitas com a utilização de ambas as versões.

Para melhorar a função e conhecimento do audioguia, fiz várias vezes a visita guiada, conduzida pela Dra. Helena Montiel, técnica superior do Departamento da Educação no MNAz. Comparando com o audioguia, a visita guiada fornece muitas mais informações aos visitantes, havendo igualmente a possibilidade de interactividade entre o guia e os visitantes. Por isso, queria saber mais sobre as necessidades dos diversos grupos de visitantes, com vista a melhorar a composição do audioguia, permitindo assim que as pessoas tenham uma melhor compreensão durante a visita. O audioguia não consegue substituir uma visita guiada por um técnico ou

profissional de museus, que permite um contacto directo com os visitantes e a interpolação por parte dos mesmos, pelo que foi importante esta minha experiência de seguir várias visitas guiadas com visitantes de diferentes idades, origens e níveis de educação, para perceber as suas características e necessidades especiais. O guia ocupa assim um lugar exigente e simultaneamente privilegiado porque está sempre em contacto directo com os visitantes⁵⁰: 'Tour guides have the advantage of being able to learn about visitor characteristics before a tour, and they can use this information, both during preparation and during the actual tour.'⁵¹

Após as visitas guiadas que fiz sob a orientação da Dra. Helena Montiel, encontrei os seguintes problemas no audioguia:

A indicação do roteiro da visita não era muito clara;

Os textos de apresentação não incluem todas as colecções;

A utilização de palavras de difícil compreensão, especialmente as que se referem a questões técnicas e elementos ou conceitos religiosos, o que faz com que alguns grupos de visitantes não as entendam, seja pela sua educação ou falta de referentes (nomeadamente religiosos)⁵²;

⁵⁰ SILVA, *Visita guiada: uma estratégia da educação museal*. P.36.

⁵¹ GRINDER, *The good guild – A sourcebook for interpreters, docents and tour guides*. p.63.

⁵² Na década de 1990, o Museu Getty identificou o que chamou de "visitante hipotético". Entre os conceitos, há três formas que correspondem com a minha investigação em MNAz.

1. Não está familiarizado com a terminologia de arte.
2. Percebe que seu conhecimento é limitado e limitante ao seu prazer.
3. Falta confiança em sua capacidade de entender o que eles vêem.

Entretanto, os três aspectos dos visitantes de um aspecto, é por falta dos conhecimentos e diferença da cultura.

Gallery Guide at VA. A ten point Guide. P.4

O facto de os nomes das pessoas, localizações, edifícios não serem explicados;

As fotos da aplicação não acompanharem a visita.

Os problemas que encontrei durante a utilização da aplicação do audioguia foram bastante relevantes para melhorar a nova edição e também me fizeram prestar atenção a informações importantes para efetuar a versão chinesa.

Depois dos estudos do texto da versão Portuguesa e Inglesa, aplicação e investigação das coleções, no museu e com os técnicos, através das várias visitas guiadas, obtive informações preciosas que me serviram como uma base e direção para a elaboração da minha versão chinesa.

A elaboração da versão chinesa começou pela tradução dos textos, tendo como base o texto da versão portuguesa. Também aqui encontrei algumas palavras e frases que não são, no meu entender, de fácil compreensão. A minha tradução chinesa é apoiada por Tradução Português-Chinês Teoria e Prática, autor de Xiang YU, editor de Ensino das Línguas Estrangeiras e Investigação, 2011. A tradução chinesa foi dividida por três versões, a versão final foi revista e editada por mim e numa etapa final, revista por um tradutor convidado.

Como já mencionei no capítulo I, a tradução é um meio bastante relevante na comunicação intercultural do museu. Uma boa tradução melhora o nível da acessibilidade do museu.

Eugene A. Nida, linguista que desenvolveu a teoria da tradução da equivalência dinâmica da Bíblia, descreve a tradução como:

*'Translating consists in reproducing in the receptor language the closest natural equivalent of the source language message, first in terms of meaning and secondly in terms of style.'*⁵³

Assim, numa tradução, é sempre mais importante o significado do que o formato linguístico.

De acordo com os princípios da tradução, e segundo o linguista Alexander Fraser Tytler na sua dissertação *Essay on the Principles of Translation, 1790* indicam-se os seguintes pontos a seguir:

That the Translation should give a complete transcript to fide as of original work.

That the style and manner of writing in a translation should be of the same character with that of the original.

*That the Translation should have all these of original composition.*⁵⁴

Esses três princípios são as condições necessárias para uma boa tradução. A ordem destes três princípios em que são organizadas é apropriada, natural e em ordens de importância. Um princípio deve sacrificar a total fidelidade ao conteúdo do pensamento para alcançar a beleza e a fluidez da tradução. Na área da tradução no museu, este princípio deve ser mais sério e exigente, na medida em que qualquer falha

⁵³ NIDA, *Language Structure and Translation: Essays*.

⁵⁴ TYTLER, *Essay on the Principles of Translation*, p.79.

da tradução, ou seja, uma má tradução pode causar um erro na compreensão das coleções. Por isso, temos que evitar a ocorrência de falhas deste tipo.

Tendo em conta a transmissão de informações e significados entre duas línguas, também é muito importante conhecer as características específicas da expressão de ambas as línguas.

O processo da tradução é estendido por duas etapas: a primeira é a compreensão, e a segunda é a expressão. A compreensão correta do texto original pelo tradutor desempenha um papel vital e relevante no processo da tradução. A boa e preciosa expressão é sempre baseada na compreensão completa do texto original. A expressão do tradutor precisa de ter precisão e expressividade. Ao mesmo tempo, a linguagem deve ser viva e formalmente bonita.

A análise do texto original é um tratamento meticuloso de significados lexicais e significados associativos, sintáticos e estruturas de texto. Compreender o original é uma das habilidades mais básicas. Se o tradutor entender o significado do original e lidar com o idioma alvo com facilidade, a tradução é um processo muito natural e familiar.⁵⁵

Depois do primeiro processo – o da compreensão –, e do segundo – o da expressão –, já temos os elementos necessários para uma boa tradução? Na realidade, ainda falta a última etapa, a revisão e correção, o que desempenha um papel bastante relevante em todo o processo da tradução. O presente trabalho da versão chinesa do audioguia também reclama esta etapa, uma vez que visa num público alargado.

⁵⁵ TAN, *Translation theory. China Translation Magazine.*

Em seguida mostro alguns exemplos dos textos traduzidos do audioguia para apresentar a teoria que uso na tradução, ao mesmo tempo que presto uma especial atenção aos hábitos e características linguísticas de cada língua com o objetivo de oferecer uma possível matriz de bons procedimentos para outros trabalhos a desenvolver na área dos audioguia.

Primeiro, substantivo próprio, tais como os nomes de figuras ou personagens históricas ou religiosas (rei, rainha ou pessoa com grande fama), nome do local, edifício e nome da técnica da produção do azulejo.

Num audioguia de um museu, aparecem muitos substantivos próprios, como nomes da figura, nome de coleção, nome do local e edifício. De acordo com a teoria da tradução de português para chinês, normalmente usa-se uma tradução da fonética que significa traduzir diretamente da pronúncia de cada palavra em português para chinês. Por exemplo:

Pt: Rei D. João II; Rainha D. Leonor; Rei D. Manuel I

Ch: 国王唐若昂二世 ; 女王唐里欧诺尔 ; 国王唐曼努埃尔一世

Podemos ver através deste exemplo que os nomes do rei e rainha são traduzidos diretamente a partir da sua pronúncia em Português (processo de fonetização). Esta teoria pode ser usada quando o nome da figura é muito conhecido na história e pelos visitantes. Neste caso, os nomes traduzidos em chinês, do rei e rainha já são muito

conhecidos e são aprovados por algumas traduções em Macau, por isso não vai causar nenhuma confusão quando os visitantes estão a ouvir ou ler.

Mas no texto também aparecem alguns nomes como o nome da directora do museu, do engenheiro do museu e outros nomes que não traduzi foneticamente para chinês, tendo-os deixado em Português, limitando-me a traduzir o título de cada pessoa. Por exemplo:

Pt: Directora do Museu Maria Antónia Pinto de Matos; Engenheiro João Miguel dos Santos Simões

Ch: 博物馆馆长 Maria Antónia Pinto de Matos; 工程师 João Miguel dos Santos Simões

Para traduzir o nome do local e do edifício também se aplica a teoria de traduzir só o título, deixando os nomes em português. Consultei muitas vezes os nomes do local e edifício de outros trabalhos de tradução, especialmente trabalhos associados a Macau. Encontrei alguns nomes traduzidos em chinês, mas não todos. Também discuti este assunto com a técnica superior do museu, a Dra. Helena Montiel, tendo ficado decidido não traduzir os nomes. De facto, se traduzíssemos os nomes, quando os visitantes quiserem localizar no mapa, ou seja, quiserem saber mais sobre o local e edifício, com o nome traduzido em chinês torna-se mais difícil encontrar informações na internet. Na versão inglesa, também deixaram os nomes em português. Por exemplo:

Pt: Convento de Madre de Deus; Sé Velha de Coimbra; Fábrica de Cerâmica Viúva
Lamego

Ch: Convento de Madre de Deus 修道院; 科英布拉 Sé Velha 主教堂; Fábrica de
Cerâmica Viúva Lamego 瓷砖工厂

Na parte da produção do azulejo, no áudio, apresentam-se várias técnicas para produzir as peças, incluindo técnicas muito profissionais e únicas como a técnica do alicatado, da corda seca, técnica da aresta e técnica relevada.

Estas técnicas são muito específicas e após consulta bibliográfica não consegui encontrar uma tradução definitiva. Por isso tive de recorrer a outra teoria de tradução, que consiste em usar o significado da técnica para representar a palavra, em vez de traduzir a própria palavra. Ao mesmo tempo, adiciono a expressão em inglês com parênteses para explicitar melhor. Creio que esta é a forma mais eficaz e rigorosa que permite aos visitantes perceberem a técnica em questão:

Pt: Técnica alicatada

Ch: 碎瓷片制作工艺 (alicatada, mosaic)

A técnica alicatada não é traduzida literal e diretamente por alicatada, mas sim pelo significado que lhe está associado das peças produzidas com recurso a um instrumento, que é o alicate. As peças são quebradas por alicate. Deste modo, os

visitantes não só conhecem a técnica, como também conhecem como é que funciona a técnica na produção dos azulejos. Ao mesmo tempo, com as palavras inglesas nos parênteses, os visitantes podem procurar mais informações se assim o quiserem, o que é relevante na função educativa e pedagógica do audioguia no museu.

Segundo, queria apresentar o outro grande problema que encontrei durante a elaboração da versão chinesa: os nomes e conteúdos religiosos.

Na verdade, os assuntos religiosos são o problema maior que encontrei durante a minha elaboração da versão chinesa do audioguia. Por um lado, por causa dos meus conhecimentos do Cristianismo, que não chegam para perceber completamente todos os conteúdos religiosos no texto, o que aliás me coloca em posição idêntica à de muitos outros visitantes com diferentes credos e professando uma religião que não a cristã. Por outro, tive também que ter em atenção a capacidade de conhecimento dos visitantes chineses nesta matéria, pois além do mais a China não é um país muito religioso, embora alguns chineses tenham religião, sendo que a maioria é budista e taoista. Porém, não há uma grande percentagem de chineses católicos, faltando assim à maior parte deste público os conhecimentos básicos sobre a religião católica.

A história do azulejo está, em contexto português e peninsular, enraizada pela religião católica. Entretanto, para traduzir bem os conteúdos religiosos, vi-me eu próprio na necessidade de aprofundar estes conhecimentos e encarei este dado como uma oportunidade para aprender história relacionada com a religião católica. No entanto, só aprender os conteúdos religiosos não basta para fazer uma boa tradução.

Como é que posso interpretar os conteúdos religiosos para todos visitantes chineses de todos níveis da educação e de conhecimentos? Em qualquer caso, é vital usar palavras simples, de compreensão (quase) imediata. Na versão chinesa recorri ao uso da nota de rota pé no fim de cada página com a explicação das palavras religiosas para ajudar os visitantes. Além disso, para a tradução de algumas palavras religiosas, tais como nomes de santos, episódios religiosos e nomes dos locais, consultei os livros publicados em chinês sobre religião católica em Macau e na China continental.

Dou os seguintes exemplos:

Pt: Era um convento de clausura da **Ordem de Santa Clara ou de Clarissas**, o ramo feminino da **Ordem de S. Francisco ou dos Franciscanos** (audioguia versão portuguesa, censor I)

Chamo a atenção os seguintes termos: Ordem de Santa Clara (Clarissas) e Ordem de S. Francisco. É claro que a maioria dos visitantes chineses que não sabe o que é uma ordem (religiosa), e menos ainda a ordem de Santa Clara e a Ordem de S. Francisco. À correspondência com a melhor acessibilidade de conhecimentos para eles, traduzi as palavras para chinês e depois pus uma nota de rota pé para explicar.

Ch: 此修道院曾经是嘉勒修女会，是由女性组成的圣方济会的场所。

Aqui, uso nota de rota pé para explicar o que é **圣方济会** (Ordem de S. Francisco).

我是这家博物馆的馆长 Maria Antónia Pinto de Matos。本馆位于 Convento de Madre de Deus 修道院旧址，修道院在 1509 年完工，是由 D. Lenor 王后主持修建的，她是 D.João II 国王的妻子，也是 D.Manuel I 国王的妹妹。此修道院曾经是嘉勒修女会，是由女性组成的圣方济会¹的场所。

¹ 圣方济会 (OSF) 是方济会传统中的一个当代宗教秩序，承认圣公会教会成员 (和教会充分交流)。

Neste caso, os visitantes podem parar o audioguia quando não percebem esta palavras, e consultam o texto para obter um melhor conhecimento. De qualquer modo, este meio não só ajuda os visitantes, como também eleva o nível de interpretação da história do monumento e das coleções do museu.

Outras palavras religiosas ou de conotação católica, tais como nomes de santos e episódios religiosos também são explicadas em notas de roda pé. Simultaneamente, usa-se a forma de adição das palavras⁵⁶ com objetivo de completar o significado da frase. Aqui mostra-se mais um exemplo de uma forma de tradução do nome de um santo:

Pt: Esta capela tem hoje este nome porque toda a pintura presente refere passagens da vida e milagres deste santo, mas antes era chamada Eremitério, o local onde vivem eremitas.

Podemos constatar que a frase original só refere passagens da vida e milagre

⁵⁶ Na tradução de Português para chinês, adiciona algumas palavras que não há na frase original com o objetivo de expressar melhor e transmitir correctamente as informações originais sem causar confusão na língua-alvo. YU, *Tradução Português-Chinês, Teoria e Prática*, p.27.

deste santo, mas não explica de que santo se trata, uma vez que o texto reporta à capela de Sto. António, e decidiu-se não repetir o nome. Porém, na adaptação à língua chinesa, é indispensável adicionar a palavra 'Santo António' na frase traduzida para completar o significado.

Ch: 这里虽然现在被叫做圣安东尼奥礼拜堂, 因为整个瓷砖面板都描绘了这位圣人的生活。但是从前被叫做‘祠堂’, 因曾经是隐士居住的场所。

Na versão chinesa, adiciona-se 'Santo António' para completar a frase.

Uma terceira característica a sublinhar é a utilização da voz activa e a voz passiva, cuja utilização é diferente nas duas línguas. Em Português, é muito comum usar-se a voz passiva através da forma do participio de cada verbo. Além disso, também se usa a forma de frases passivas relativas. Este fenómeno, ou seja, este costume linguístico, sendo muito comum na língua portuguesa, é, no entanto, muito raro na língua chinesa. A língua chinesa reporta-se à expressão do significado de uma frase, sem muitas mudanças do verbo nem formas sintácticas. A maioria das frases em chinês utiliza a voz activa. Para que corresponda ao hábito linguístico, quando se faz a tradução, tem que se ter cuidado com esta particularidade linguística. Aqui se mostra um exemplo:

Pt: Neste azulejo, **destacam-se** do fundo branco as armilas azuis e verdes à volta de um eixo amarelo que atravessa a Terra, a azul (Audioguia versão portuguesa, censor

7)

Podemos ver aqui, que 'destacam-se' é a forma passiva que naturalmente se refere às 'armilas azuis e verdades à volta de um eixo amarela são destacados no fundo branco'.

À correspondência com o hábito e costume linguístico dos visitantes chineses, traduzi estas frases para a voz activa.

Ch: 瓷砖的白色背景**突出了**蓝色和绿的球体围绕着和蓝色地球相交的黄色轴线。

Na versão chinesa, o significado agora é 'O fundo branco neste azulejo destaca as armilas azuis e verdes à volta de um eixo amarelo que atravessa a Terra, a azul'. Neste caso, não só se expressa o significado original da versão portuguesa, como também se procurou fazer a correspondência com o hábito linguístico dos visitantes chineses.

Um quarto elemento diz respeito aos verbos, que surgem como um dos problemas a resolver no processo de elaboração da versão chinesa. Na área dos verbos, a língua portuguesa é mais complicada do que língua chinesa. A expressão do verbo em português é abundante, incluindo o tempo, a voz e modo. Os verbos numa frase não só mostram os três pontos mencionados antes, mas também por exemplo mostra o assunto, e às vezes a relação entre assunto e o sujeito. Ao contrário, os verbos em chinês são mais simples e não têm mudanças no tempo, voz nem modo. O tempo, voz e modo em chinês são realizados por adverbialidade do tempo e complemento. Por isso, na versão chinesa, tento fazer a correspondência aos hábitos e costumes da língua chinesa. Aqui mostramos um exemplo:

Pt: D. Leonor era uma mulher poderosa e culta e, por sua influência, o convento reuniu um rico conjunto de obras de arte com o objetivo de servir a Deus. (Audioguia versão portuguesa, censor 14)

Podemos constatar que só se usa o verbo `era` para afirmar que D. Leonor era uma mulher poderosa antigamente. O verbo não só mostra que ela `era` uma mulher, mas também indica o tempo passado, o período em que ela viveu.

Ch:唐里欧诺尔王后曾经是一名有权势而且教养良好的女性。在她的影响下，修道院中装饰了很多用来供奉上帝的艺术品。

Na versão chinesa, para salientar o tempo do verbo que mostro na versão portuguesa, ponho a adverbialidade do tempo `曾经` que significa tempo passado.

Em quinto lugar, destaco que as composições de frases na língua portuguesa e chinesa processa-se de forma muito distinta. Em português, a estrutura de uma frase é mais complicada pois utiliza bastantes orações para construir uma frase longa. Ao contrário, na língua chinesa tende-se a usar sempre frases curtas. Por isso, dividir as frases longas do português para chinês é muito importante na elaboração na tradução.

Aqui se mostra um exemplo:

Pt: O Painel que tem o pano central tripartido foi feito em Lisboa cerca de 1650 e tem motivos inspirados nos tecidos importados da China e da Índia, com paisagens exóticas cheias de peónias e outras flores, frutos, veados, macacos, pavões, pássaros e

até um pagode chinês, **aglomerando-se** num espaço acanhado como se houvesse horror ao vazio. (Audioguia versão portuguesa, censor 13)

Esta frase é bastante longa e as duas orações são lideradas por uma conjunção 'com' e um gerúndio 'aglomerando-se'. Adaptando-a à língua chinesa, dividi esta frase em três frases singulares.

Ch: 这三块瓷砖面板是大约 1650 年在里斯本制造的，图案是受到了印度和中国进口的装饰布样式的影响。瓷砖面板上描绘着牡丹和各种其他花卉，水果，鹿，猴子，孔雀，鸟甚至还有中国的塔等极具东方异域风情的图案。所有这些图案都簇拥在一起，好像不惜一切代价地填满所有空白的空间。

Na versão chinesa, três frases pequenas juntam-se em vez de usar uma frase grande. Nesse caso, não só expressa bem o significado original da frase, como também corresponde ao hábito e expressão chinesa, tornando a sua compreensão mais fácil para os visitantes chineses.

Sexto apesar de usar palavras simples e diretas no texto do audioguia, também é importante as palavras serem envolventes e vívidas, para atrair a atenção dos visitantes. Na versão portuguesa, há algumas frases que tendem a ser assim chamativas e a interpolar o visitante. Aqui se mostra um exemplo:

Pt: No entanto, pode entrar no jardim por uma das portas envidraçadas e chegar até à fonte de mármore: uma grande taça suportada por 6 pequenas figuras de homens com mensagens curiosas: um diz 'Ajuda-me', ao que o outro responde 'O melhor que

posso`; os seguintes dialogam no mesmo sentido: `E tu, por que não ajudas?`, `Não posso mais!`, `Muito pesado`, ao que o último responde, `Deus nos ajude!`.
(Audioguia versão portuguesa, censor 2)

No texto, o diálogo gerado entre 6 figuras de homens é bastante interessante, sendo as palavras envolventes e vívidas. Alguns visitantes disseram que eles foram atraídos quando ouviram este texto e começaram a procurar as figuras dos homens no jardim. Portanto, para alcançar o mesmo efeito, na versão chinesa também tento expressar este tom.

Ch: 穿过玻璃门，游客就进入了花园，可以近距离欣赏大理石喷泉。喷泉顶部的碗型结构有六个人形雕像支撑，每个雕像都刻有文字：第一个人对其他人说，“帮帮我”。其他人说，“我已经在尽力了啊”，“你怎么不帮忙？”，“这真是太沉了”最后一个人说：“上帝啊，快帮帮我们吧”。

Tal como na versão portuguesa, nesta frase tento expressar as palavras vívidas e envolventes. Nos diálogos entre figuras, uso muitas palavras de interjeição para expressar os sentimentos.

Depois da elaboração da tradução da versão chinesa do audioguia, o processo final – de correção e revisão –, é vital. O que está em causa não é meramente a correção de erros existentes na tradução, mas também a verificação da fluência e

loquacidade da língua.⁵⁷ Ao contrário da tradução comum, a elaboração da tradução do audioguia exige acessibilidade para todos visitantes. Isso significa que a linguagem tem que ser facilmente entendida por todos. Para atingir este objetivo, dividi o processo de correção e divisão pelas etapas seguintes:

Correção e revisão por mim

Correção e revisão por três pessoas escolhidas

Duas visitas guiadas usando este audioguia

A primeira correção e revisão foi feita por mim. Li todo o texto traduzido, confirmando com atenção a) as palavras de tempo; b) os números; c) nomes de pessoa e localização com o texto original em português. Depois revi o texto traduzido, verificando se houve alguma expressão errada ou estranha. Por fim, li o texto em voz alta para ver se as palavras eram fluentes e vívidas.

Num segundo momento escolhi três pessoas para me ajudar a fazer correção e revisão. Os três, sendo chineses, têm, porém, uma diferença etária, assim como uma diversa educação e capacidade de conhecimento de um visitante chinês padrão, para ajudar a atingir o nível de acessibilidade desejado.

Iva XU, chinesa com 24 anos, é uma estudante licenciada em Língua e Cultura Portuguesa, e fazendo mestrado na Faculdade de Letras na Universidade de Lisboa. Como foi a primeira pessoa convidada a corrigir e rever a minha tradução, teve a

⁵⁷ YU, Tradução Português-Chinês Teoria e Prática.p.77.

capacidade de dominar bem a língua portuguesa e chinesa. Ajudou-me a corrigir algum vocabulário e gramática no texto, ao mesmo tempo que mudou algumas expressões.

Qianwen LI, chinesa com 32 anos, é uma professora de história da arte que obteve a sua formação em Paris. Não tem nenhum conhecimento do Português. Na base da primeira edição, após a correção de Iva XU, a professora Qianwen LI leu o texto com o seu conhecimento na sua profissão em história de arte. Ela deu-me várias sugestões de correção, em termos de história e erros na tradução. Nesse caso, o texto já ficou quase pronto para mostrar aos visitantes comuns.

Dong, LIU, chinesa com 40 anos, é uma funcionária. Como a maioria dos visitantes chineses, não tem uma formação alta, não tem conhecimentos em história da arte nem em língua portuguesa ou inglesa, ou seja, pareceu-me ser representativa do de algum do público chinês em museus portugueses e, conseqüentemente, uma boa escolha para verificar a acessibilidade do audioguia. Ela indicou algumas palavras e expressões que achou difíceis de entender. À reposta do seu *feedback*, corriji algumas palavras complicadas substituindo-as por uma expressão mais fácil de entender. E depois, ela reviu mais uma vez, e, por fim, obtive uma edição final.

O processo de correção e revisão foi vital na elaboração da versão chinesa do audioguia. As três pessoas que me ajudaram na revisão são os visitantes chineses “padrão”.

A primeira pessoa, Iva XU especialista na língua chinesa e portuguesa no âmbito

da comunicação intercultural deu-me muitas sugestões na gramática e vocabulário. É uma etapa essencial no processo de correção e revisão que garante que não vai ter erros grandes na expressão linguística do audioguia.

A segunda pessoa, Qianwen LI, especialista em história da arte, fez uma correção na parte histórica do audioguia que permitiu assegurar conteúdos historicamente e tecnicamente corretos.

A terceira pessoa, Dong LIU, é uma “representante-tipo” dos visitantes chineses que visitam o museu. A sua opinião foi bastante crucial ao audioguia, também sendo um passo para melhorar a acessibilidade da comunicação intercultural através do audioguia. Baseado nas suas opiniões e dificuldades, melhorei o audioguia com o objetivo de corresponder às necessidades dos visitantes e facilitando as suas visitas.

O meu conceito de melhorar o sistema de audioguia no museu vai ao encontro da missão e responsabilidade do museu: um olhar sobre os visitantes. Isso também foi a minha base quando elaborei a versão melhorada do audioguia, pois considero o guia de áudio como um produto que deveria e poderia atender a todos os visitantes do museu. O público do guia foi, portanto, visto como homogéneo. O advento das plataformas de hardware digital que poderiam acomodar quantidades maiores de conteúdo reforçava essa ideia: ampliar conteúdo, escolha e flexibilidade, permitiria que o guia de áudio fosse tudo para todas as pessoas.⁵⁸ Então, o melhor meio para verificar a acessibilidade do audioguia é mesmo usá-lo na prática. Portanto, organizei

⁵⁸MANN, TUNG, *A look at an old friend: Reevaluating the Met's audio guide service.*

uma visita guiada pela versão chinesa do audioguia para conhecer a necessidade dos visitantes e ao mesmo tempo mostrar o valor do audioguia.

Como na etapa de correção e revisão, também escolhi dois visitantes voluntários representativos para participar na visita. Para que avaliassem o audioguia no final da visita, preparei as questões seguintes para ambos:

É fácil de entender (roteiro, passagem e descrições das coleções)?

Corresponde às suas necessidades enquanto visitante?

Surge como uma mais-valia à sua não utilização?

O sistema é fácil de encontrar e usar? (Nesse caso, a versão inglesa)

Em que é que pode ser melhorado?

Estas perguntas foram elaboradas a partir do seguinte esquema do MET:

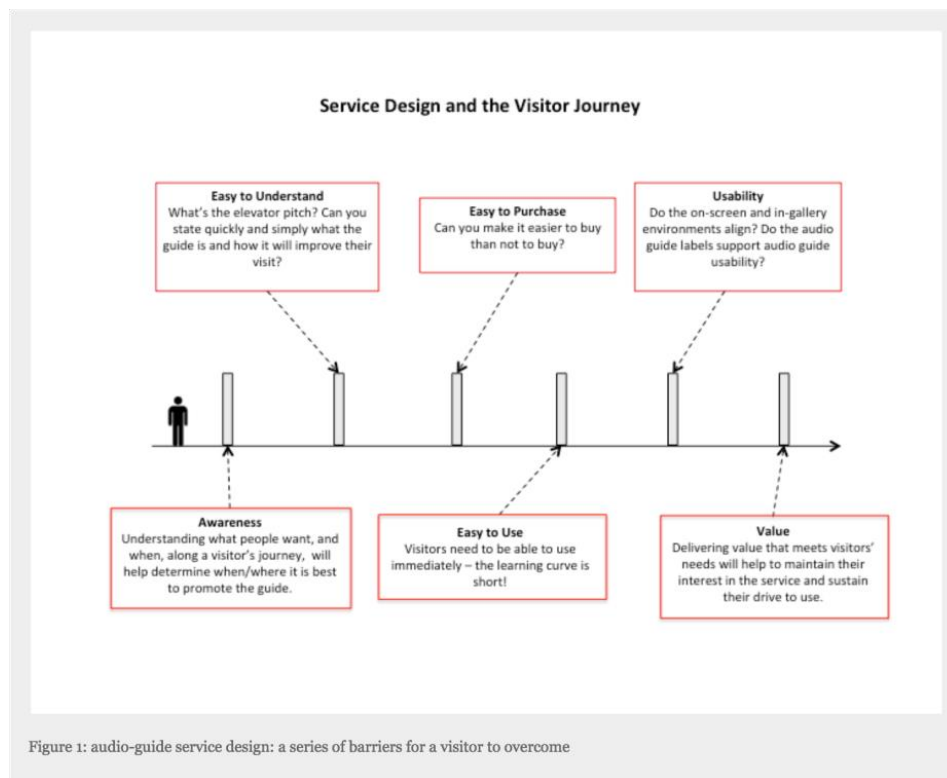


Figura 7: Desenho do serviço do áudioguia⁵⁹

Os dois visitantes voluntários também foram escolhidos no pressuposto de representarem a maioria dos visitantes chineses:

Zoe LIU, chinesa com 25 anos, licenciada, não tem conhecimento de Português, pouco conhecimento em história da arte portuguesa.

Weiyuan MA, chinês com 42 anos, licenciado, não tem conhecimento de Português, nem conhecimento em história da arte portuguesa.

⁵⁹ Recurso do Metropolitan Museum of Art. <https://www.metmuseum.org/blogs/digital-underground/2015/improving-the-audio-guide-a-look-at-our-visitors>

A visita guiada foi efectuada no final do meu estágio, e ambos os visitantes tinham carregadas a aplicação do audioguia da versão inglesa nos seus telemóveis, pois a versão chinesa ainda não se encontra gravada e pronta a utilizar. Fui eu quem acompanhou a visita e li os textos do audioguia em chinês para eles, com objetivo de simular a situação da utilização do audioguia na versão chinesa. O roteiro da visita foi seguido pelo layout da aplicação. Ao mesmo tempo, durante a visita parámos sempre quando os visitantes não puderam entender bem os textos ou ficaram confusos com a informação.

Assim, eles responderam às perguntas mencionadas antes e após a visita com a utilização do audioguia.

	Zoe LIU	Weiyuan MA
É fácil de entender (roteiro, passagem e descrições das coleções)?	Sim, o roteiro, passagem e descrições das coleções são fáceis de entender, especialmente o roteiro, que tem um layout que ajudou muito para indicar o caminho.	Sim, também acho. Na descrição das coleções, há algumas palavras que não consegui entender bem, especialmente na parte técnica da produção do azulejo. Será melhor se puder ter um vídeo na aplicação para mostrar.
Corresponde às suas necessidades enquanto visitante?	Sim, é para divertir e aprender.	Podia ser melhor.
Surge como uma mais-valia à sua não utilização?	Efetivamente, sim.	Sim, aprendi mais coisas do que se não o utilizasse.
O sistema é fácil de	Foi fácil de usar, mas	Só carreguei no telemóvel, e

encontrar e usar? (Nesse caso, a versão inglesa)	acho que o sistema é um pouco velho e as fotos não tem uma boa qualidade.	usei logo.
Em que é que pode ser melhorado?	Como eu tinha dito antes, acho que o sistema precisa de ser actualizado.	As palavras difíceis podiam ter uma apresentação de apoio, por exemplo, um vídeo.

A visita guiada foi feita com muito sucesso. Neste caso, não só verifiquei o funcionamento da versão chinesa do audioguia, como vi onde podia melhorar os seus textos no âmbito da linguagem e expressão. Também foram recolhidas as opiniões dos visitantes voluntários sobre o sistema da aplicação, com vista a ser trabalhado no futuro.

2.2 Respostas à elaboração do audioguia da versão chinesa

Depois da elaboração do audioguia da versão chinesa, que foi o meu trabalho central de estágio no MNAz, queria fazer um sumário das dificuldades encontradas e do método da elaboração do audioguia, esperando assim melhorá-lo.

Foi neste trabalho que utilizei pela primeira vez os conhecimentos combinados da minha licenciatura em língua e cultura portuguesa e da parte curricular do mestrado em museologia. A elaboração do audioguia da versão chinesa foi um trabalho exigente, misturado com muitos aspectos dos conhecimentos e métodos. Como já mencionei

antes, é claro que encontrei muitas dificuldades, de que faço um breve sumário:

Primeiro, o estudo das coleções, história e espaço expositivo do museu não foi fácil e precisava de ter conhecimentos básicos, o que foi complicado no tempo limitado de que dispunha.

Segundo, o estudo do sistema do audioguia demorou muito tempo antes de poder começar a elaborar a nova edição.

Terceiro, como foi a primeira a fazer uma tradução de um audioguia, consultei livros relacionados e estudei mais teorias.

Quarto, as dificuldades que já foram mencionadas na parte da elaboração, tais como a diferença entre estas duas línguas no âmbito de expressão, linguagem e gramática.

Quinto, o sistema de áudio não deve ser estático, sendo um sistema que deve estar sempre actualizado. Durante o meu trabalho, também prestei atenção às necessidades dos visitantes, mas isso requer uma grande disponibilidade para recolher as opiniões dos visitantes, o que não é um trabalho fácil.

Ao responder às dificuldades, e através da minha experiência na elaboração da versão chinesa do audioguia, posso dar algumas sugestões para a elaboração de um roteiro de um audioguia (versão chinesa).

Ter conhecimentos do museu, da sua história e coleção.

Ter conhecimento do audioguia (versão portuguesa), e se for possível também estudar outra versão para fazer uma comparação na sua expressão, linguagem e gramática.

Fazer algumas visitas no museu para conhecer bem o roteiro e os espaços expositivos.

Acompanhar a visita guiada com os técnicos do museu.

Aprender as teorias de tradução (português- chinês)

Dividir o processo da elaboração em três passos: compreensão, tradução, correcção e revisão.

Fazer a correcção e revisão primeiro sozinho, e depois passá-lo por três pessoas seleccionadas por ordens de um especialista da língua chinesa e portuguesa para corrigir erros gramaticais e linguísticos, depois um especialista da história da arte que deve corrigir os erros no âmbito técnico e histórico, por fim uma pessoa comum, que represente a maioria dos visitantes, para ver a universalidade do audioguia.

Fazer uma visita guiada com o audioguia na companhia dos visitantes voluntários ainda antes de actualizar a aplicação para ver se subsistem alguns problemas.

Corrigir e ajustar de acordo com os comentários da visita guiada.

Apesar de já ter uma versão chinesa do audioguia completa, penso que ainda existem algumas partes que podiam ser melhoradas:

Ainda há algumas palavras e expressões no audioguia que podem ser simplificadas e melhoradas para os visitantes com um nível baixo da educação;

Dado o curto período de estágio, não foi possível gravar os textos para a aplicação, o que poderá, porém, ser feito posteriormente pelo museu;

O sistema de áudio precisa de uma constante actualização para oferecer uma melhor qualidade das fotografias e adicionar mais vídeos;

Será de ter em consideração as opiniões dos visitantes depois de usarem o audioguia (por exemplo, eles podem deixar os comentários no fim das suas visitas).

É claro que estes não são os únicos pontos a serem melhorados no sistema de audioguia do MNAz. Um sistema de audioguia é uma parte vital da comunicação intercultural da acessibilidade de cada museu. O que foi agora feito é só um passo muito pequeno no âmbito de melhorar a acessibilidade à comunicação intercultural no MNAz. Mas sendo este um dos museus mais visitados em Portugal, é um passo grande para dar um melhor serviço aos seus visitantes internacionais.

Conclusão

O estágio no MNAz e o meu trabalho sobre acessibilidade à comunicação intercultural, referindo-me ao audioguia, foram uma experiência enriquecedora e contribuíram para a consolidação e a aquisição de conhecimentos. Pela primeira vez no meu percurso académico, tive oportunidade de aliar a teoria à prática e de utilizar os meus conhecimentos linguísticos como instrumento para por em prática um projecto de âmbito museológico, permitindo-me assim conjugar a minha formação em diferentes áreas.

A versão chinesa do audioguia no MNAz tem, a meu ver, um significado pioneiro, na medida em que o MNAz surge como o primeiro museu em Portugal que realiza um audioguia em mandarim/chinês, cumprindo assim mais um dos seus objectivos na área da acessibilidade na vertente da comunicação e da divulgação. Esta é, como sabemos, uma área cada vez mais relevante no mundo actual.

Por outro lado, a realização da versão chinesa do audioguia também é um meio para apresentar melhor a cultura portuguesa aos visitantes chineses, que assim têm informação disponível e adaptada aos seus próprios referentes culturais.

Este relatório e o trabalho de fundo que lhe está associado, podem, pois, contribuir para sensibilizar os profissionais de museus para questões associadas à comunicação intercultural, designadamente a complexidade do processo de tradução e as dificuldades encontrados na elaboração da versão chinesa do audioguia.

Estou ciente de que quer a versão chinesa do audioguia, quer o próprio sistema do audioguia, têm ainda muitos aspectos que podem ser melhorados no futuro próximo. Este relatório serve assim como um documento mais que levanta algumas questões e que procura indicar pistas para trabalhos futuros, surgindo como um instrumento de trabalho no âmbito da acessibilidade em comunicação intercultural na esfera dos museus.

Bibliografias e fontes

I. Livros e dissertações

Guia Prático da Década Mundial de Desenvolvimento Cultural 1988-1997. UNESCO, Porto, 1988;

Fortner, R.S. *Internacional communication: History, conflict, and controlo of global metropolis*. Wadsworth Pub. Co, 1933;

ROBBINS, Stephen Paul, *Comportamento organizacional*, Rio de Janeiro: LTC, 2002;

THOMAS, KINAST e SCHROLL-MACHL Alexander, Eva-Ulrike e Sylvia (Ed.) *Handbook of Intercultural Communication and Cooperation: Basic and Areas of Application*. 2010;

MCCLELLAN, A. *Inventing the Louvre: Art, Politics and the Origins of the Modern Museum in Eighteenth-century Paris*. Cambridge: Cambridge University Press, 1994;

BENNETT, Tony, “Civic Seeing: Museums and the Organization of Vision”. In MACDONALD, Sharon (Ed.), *A companion to museum studies*, Blackwell Publishing, 2006;

HOPPER-GREENHILL Eilean, “Studying Visitors”. In MACDONALD, Sharon (Ed.), *A companion to museum studies*, Blackwell Publishing, 2006;

PAIS, Rita Teresa Matos Corredoura. *Exposição e estratégias de comunicação no Museu Nacional do Azulejo*. Trabalho de Projeto de Mestrado em Museologia da FCSH, 2015;

HILLIER, Dan. *A Closer Look, Increasing Access Through Interpretation*, Edinburg, Scottish Museum Council with Interpret Scotland. 2001;

SAUNDERS, George. *Bilingual children: From birth to teens*. England: Multilingual Matters;

MORAIS, Bruno Alexandre Gomes. *Museu Nacional do Azulejo: incorporação e Programação Expositiva de um Painel de Azulejos Proveniente da Quinta de Santos António da Bela Visita, Pragal*. Relatório de Estágio de Mestrado em Museologia de FCSH. 2012;

PAIS, Rita Teresa Matos Corredoura. *Exposição e estratégias de comunicação no Museu Nacional do Azulejo*. Trabalho de Projeto de Mestrado em Museologia. Volume I, 2015;

WANG, Junking. *The Basis of Chinese Museology*, Guji Shanghai Publishing, 2001;

YU Xiang, *Tradução Português-Chines, Teoria e Prática*. editor de Ensino das Línguas Estrangeiras e Investigação, 2011;

TAN, Zaixi. *Translation theory*. China Translation Magazine. 2006;

SILVA, Sandra Patrícia de Jesus, *Visita guiada: uma estratégia da educação museal*. Trabalho de Projeto da Mestrado em Museologia da FCSH, 2011;

GRINDER, Alison e McCOY, Sue E., *The good guild – A sourcebook for interpreters, docents and tour guides*. Arizona: Ironwood Publishing, 1987 (2.^a edição);

NIDA, Eugene A. *Language Structure and Translation: Essays*, Stanford University Press, 1975;

TYTLER Alexander Fraser, *Essay on the Principles of Translation*, 1790;

MANN, Laura; TUNG, Grace. *A look at a na oldfriend: Reevalauting the Met's audio guide service*. The Metropolitan Museum of Art, USA. 2015;

II. Documentos do museu

Instituto Português de Museus, Palácio Nacional da Ajuda. 1 Edição, Abril de 2004;

Documento da acessibilidade do Museu Nacional do Azulejo;

Audioguia para o Museu Nacional do Azulejo (Textos finais terminados a 3 de novembro de 2010);

Instituto Português de Museus, Palácio Nacional da Ajuda. 1 Edição, Abril de 2004;

Internacional Council of Museums, ICOM, 2001;

III. Webgrafia

A versão lusófona do Código de Ética para Museus está disponível no site do Comité Brasileiro do ICOM: <http://www.icom.org.br>;

Recurso do *MetropolitanMuseumofArt*.
<https://www.metmuseum.org/blogs/digital-underground/2015/improving-the-audio-guide-de-a-look-at-our-visitors> ;

A new look at an old friend: Reevaluating the Met's audio-guide service
<https://mw2015.museumsandtheweb.com/paper/a-new-look-at-an-old-friend-re-evaluating-the-mets-audio-guide-service/>

http://www.vam.ac.uk/_data/assets/pdf_file/0009/238077/Gallery-Text-at-the-V-and-A-Ten-Point-Guide-Aug-2013.pdf

Anexo

Anexo I Ficha diagnóstica para avaliação da acessibilidade

2. A informação		
Situação recomendada	Verifica-se	
	Sim	Não
Sinalética		
As saídas e entradas estão bem identificadas.		
Os mapas de orientação são simples e claros.		
têm as diversas áreas do museu indicadas com cores diferentes.		
têm os percursos indicados com símbolos visuais e tácteis de fácil compreensão.		
Os símbolos para as casas de banho de homens e de mulheres são bem distintos.		
Informação (escrita e áudio)		
Há textos de leitura fácil nos painéis.		
nos folhetos.		
nos roteiros.		
Há textos em versão ampliada.		
Há textos em Braille.		
Há anéis de indução magnética (ou dispositivo semelhante).		
Há disquetes ou CD-Rom para o uso do visitante que traz o seu próprio equipamento de comunicação.		
Observações:		

Anexo II: Número dos visitantes dos equipamentos culturais da DGPC 2011-2016⁶⁰



Departamento de Museus, Conservação e Credenciação
Divisão de Museus e Credenciação

Evolução do nº total visitantes por equipamento cultural da DGPC. 2011 - 2016

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2016-2015	2011 - 2016	2016
	Total de visitantes	Total de visitantes	Total de visitantes	Total de visitantes	Total de visitantes	Total de visitantes	Varição positiva/negativa	Taxa de crescimento/decrécimo	% do nº entr. por equipamento cultural no total por tipo de M-M-P
CMAGonçalves	9.214	8.107	11.655	10.854	9.124	9.557	4,7%	3,7%	0,6%
MAPopular*	15.820	21.082	14.667	18.120	15.354	17.751	15,6%	12,2%	1,2%
MNAC-MChiado	48.297	42.512	40.126	41.960	51.354	51.992	1,2%	7,7%	3,5%
MNGVasco	81.576	129.123	68.929	80.241	86.371	114.568	32,6%	40,4%	7,7%
MMConímbriga	97.865	101.901	74.339	85.075	87.659	91.797	4,7%	-6,2%	6,2%
MNMúsica	10.241	9.138	10.600	11.965	14.075	14.859	5,6%	45,1%	1,0%
MNArqueologia	85.343	79.210	80.141	103.068	109.897	146.955	33,7%	72,2%	9,9%
MNAAntiga	129.036	119.951	138.728	221.675	163.788	175.578	7,2%	36,1%	11,9%
MNAzulejo	86.907	90.944	101.639	115.515	132.716	160.557	21,0%	84,7%	10,9%
MNCoches	191.021	184.105	189.088	206.887	346.718	382.593	10,3%	100,3%	25,9%
NWíçosa**	11.548	10.877	8.276	9.529	4.105	0			0,0%
MNEtnologia	9.199	6.285	12.055	12.802	15.397	19.587	27,2%	112,9%	1,3%
MNMCastro***	47.988	34.087	58.176	62.301	77.059	110.568	43,5%	90,1%	7,5%
MNSReis	50.057	45.244	48.270	50.348	54.407	98.694	81,4%	97,2%	6,7%
MNTDança	39.175	46.801	54.690	50.351	39.199	39.628	1,1%	1,2%	2,7%
MNTraje	47.507	45.709	40.195	43.218	44.494	44.543	0,1%	-6,2%	3,0%
PNAjuda	42.409	50.065	253.658	53.534	67.645	69.913	3,4%	64,9%	17,6%
PNMafra	261.068	235.670	244.489	274.255	301.461	327.563	8,7%	25,5%	82,4%
CCristo	198.274	183.027	191.278	209.294	254.313	295.808	16,3%	49,2%	10,5%
MAlcobaça	193.640	180.550	176.766	187.499	198.406	226.516	14,2%	17,0%	8,1%
MBatalha	286.499	271.912	283.698	300.565	330.047	396.423	20,1%	38,4%	14,1%
MJerónimos	735.543	694.156	763.205	807.845	943.833	1.080.902	14,5%	47,0%	38,5%
PanteãoN	56.065	65.068	72.225	89.629	100.714	120.731	19,9%	115,3%	4,3%
TBelém	506.798	520.061	537.856	530.903	607.838	685.694	12,8%	35,3%	24,4%
TOTAL M-M-P	3.241.090	3.175.585	3.474.749	3.577.433	4.055.974	4.682.777	15,5%	44,5%	

⁶⁰http://www.patrimoniocultural.gov.pt/static/data/museus_e_monumentos/estatisticas1/ev2016relatorio_breve.pdf. Site da DGPC

Anexo III: Texto em Mandarin do áudioguia em MNAz

语音导览

国家瓷砖博物馆

第一章：

欢迎和简介

国家瓷砖博物馆的语音导航系统是由 BCP Millennium 基金会资助的。

欢迎来到国家瓷砖博物馆。

我是这家博物馆的馆长 Maria Antónia Pinto de Matos。本馆位于 Convento de Madre de Deus 修道院旧址，修道院在 1509 年完工，是由 D. Lenor 王后主持修建的，她是 D. João II 国王的妻子，也是 D. Manuel I 国王的妹妹。此修道院曾经是嘉勒修女会，是由女性组成的圣方济会⁶¹的场所。

1834 年宗教统治被废除。1871 年，在修道院的最后一个修女去世之后，对该建筑进行了一些修复工程。在这一时期，修道院就已经装饰有各类的瓷砖或瓦片，这些瓷砖大多是从其他的修道院和宫殿中拆除的。在 1958 年举办的庆祝 D. Leonor 王后诞辰 500 周年的纪念活动中，修道院首次被用作博物馆举办展览。

1971 年在工程师 João Miguel dos Santos Simões 的主持下，本馆正式以瓷砖博物馆命名并向公众开放。因其独特的瓷砖艺术藏品展现了葡萄牙文化，故 1980 年成为了国家博物馆。

此语音导览分为两个部分，男声部分将会带您领略葡萄牙从古至今的瓷砖文化历

⁶¹ 圣方济会 (OSF) 是方济会传统中的一个当代宗教秩序，承认圣公会教会成员（和教会充分交流）。

史；女声部分将为大家讲解修道院的建筑及其历史。

本馆全体员工致力于使国家瓷砖博物馆更易让游客游览，并在游览过程中提供方便。我们欢迎不同年龄、不同语言和不同文化背景的游客参观国家瓷砖博物馆，不论社会、经济、生理或者心理的能力的参观者。正因如此，我们现在为视觉，听觉以及行动障碍的人士提供帮助。

馆内有一家露天餐厅，供各位参观者在游览中休憩。与此同时，馆内还设有一家商店，您可以购买到各种以瓷砖为灵感的纪念品。此外，您还可以在本馆的图书馆里加深对瓷砖文化的理解。

我们的艺术品可以带您走进里斯本城乃至整个葡萄牙的文化和生活之中。因此，我们呼吁大家亲身去探索里斯本以及葡萄牙中的瓷砖艺术品-葡萄牙瓷砖文化遗产。

祝大家游览愉快。

第二章：修道院区域的导览

回廊

原始的 Convento de Madre de Deus 修道院遗留下来的部分是由国王 D. João II 的妻子 D. Lenor 王后主持修建的，并在 1509 年落成。这个巨大的回廊在修道院落成时还不存在。在初始时期的部分包括：外部，主体建筑和钟楼，是第一个教堂的其中一部分；内部，建造在建筑内部 D. Lenor 王后礼拜堂以及下层的小型回廊，都将在接下来的参观中看到。

这个回廊大约是在 1551 年左右建造的，在国王 D. João III 和出身奥地利的 D. Catarina 王后的统治时期。不幸的是，最初的建造位置非常临近特茹河 (Rio Tejo)，已经很接近修道院大门的位置，有船只停泊此处。因此，建筑本身经常被水淹，同时也威胁了修女们的安全。当时，皇室给予了修道院密切的关注，国王下令修建了新的教堂，当时的寺庙也挪到了更高的位置避免了被水淹的危险。

回廊的外在轮廓是一个巨大的四边形。建筑物的内墙面向花园的中央，一条走廊也沿着内墙延展开。花园中有五个保留完整？的拱门结构，每一个侧面都有一个扶手。现在的走廊已经被透明的玻璃墙分隔开来，用作临时展览、晚宴等场地。穿过玻璃门，游客就进入了花园，可以近距离欣赏大理石的喷泉。喷泉顶部的碗型结构由6个人形雕像支撑，每个雕像都刻有文字：一个人对其他人说，“帮帮我”。其他的人说，“我已经在尽力而为了”，“你怎么不帮忙？”，“这真是太沉了”最后一个人说：“上帝，快帮帮我们吧”。

第三章：十五世纪和十六世纪上半叶的瓷砖制造

“Azulejo”这个词是什么意思？

“Azulejo”在葡萄牙语中是“瓦片”的意思。来源于阿拉伯语词“Al-zulaich”，意为“打磨的石头”。这个词大概是被创造用来描述在公元七世纪左右伊斯兰人侵略北非时发现的罗马遗迹的马赛克地板。罗马马赛克地板事实上是由很多颜色组成的小块打磨的石头拼贴成的图案，看起来就像是一幅画作。

原始伊斯兰瓷砖制作

碎瓷片制作工艺 (alicatada, mosaic)

第一块“Al-zulaich”瓷砖是仿制罗马式地板马赛克风格制作的。但是由于葡萄牙国内并没有彩色石头，所以只能研究其他的方法制作。制作瓷砖的新技术就是使用烘烤的黏土片，在表面涂上与水混合的不同金属氧化物。再将黏土片放置在窑炉中，热量会把氧化物转化成各种颜色，并在表面呈现处釉面的效果。然后使用尖锐的工具把这些已经装饰过的黏土片打碎成小块。由于用于打碎这些黏土片所使用的钳子在葡萄牙语中叫做“Alicate”，所以瓷砖就被称为“alicatados”，意为被打碎的瓷片。然后将这些碎瓷片组成类似于罗马式地板的马赛克图案。

干线制作工艺 (Corda seca, dry cord)

Alicatado 的制作工艺耗时长而且在制作中会消耗大量瓷片，在制作中会浪费很

多瓷片。干线制作工艺的产生，就是为了解决这一问题。使用此方法，将几何图案压在软黏土片上以产生凹槽。这些凹槽填充有亚麻籽油和氧化锰的混合物，在两个平面之间形成了屏障并防止在烧制过程中的颜色混合。空间中填充有不会溢出到相邻空间中的各种类型的氧化物。只有在煅烧瓷砖的时候，瓷砖表面的氧化物才会呈现颜色。

脊制作工艺 (aresta, ridge)

紧接着，脊制作工艺开始流行起来。这一新工艺除了将图案印在软黏土上以形成图案之外，和干线工艺十分相似。这就是设计轮廓线的黏土脊，就如微型的墙壁，以防止颜色混合。

浮雕制作工艺 (relief)

脊制作工艺最终演化为浮雕制作工艺。表面的图案本身从黏土片突出，而不是像脊制作工艺的设计线突出。这些图案就从瓷砖平坦表面突出出来。

第四章：马赛克地板

这些是葡萄牙最古老的瓷砖。他们曾经是镶嵌在 Leiria 城堡的地板上，大约是在公元 14 世纪到公元 15 世纪左右在葡萄牙制造的。

这些瓷砖片是绿色的，以星星形状的模具制成，或者用十字形模具制成蜂蜜色瓷砖片。他们组合在一起形成棋盘状的设计，也被称为方格设计。

葡萄牙中世纪在地板覆盖着几乎和普通陶器相同的瓷砖，这种瓷砖仍旧在乡村集市上出售。即使技术是非常简单的，但是所有的瓷器在进入交易市场前的专家接受之前，都需要通过检测。烧过的黏土片用氧化铁制成的黄色釉料或者由氧化铜制成的绿色釉料覆盖。然后用与黄色和绿色颜色相反的图案来装饰表面。如今我们认为，绿色主要是与 Caldas da Rainha 城市所生产的陶器相关。

一些中世纪的地板采用其他形状的瓷砖，如正方形或菱形形状。如今，这些瓷砖仍旧能在辛特拉的 Palácio da Vila 教堂和科英布拉的 Sé Velha 天主教堂中看到。

第五章：16 世纪前半叶的瓷砖制造

实验的世纪

公元八世纪，穆斯林人占领了伊比利亚半岛，他们在墙壁和地板上贴用瓷砖，同时还使用图案和很多颜色的大挂毯来装饰。

葡萄牙最初的瓷砖是从伊斯兰统治时期的西班牙进口的。现如今，电气照明是最平常不过的事，很难想象这些瓷砖在宫殿和清真寺点燃蜡烛的时候对于光线的反射能力为内部带来更多的光线的作用是不可忽视的。由于瓷砖的图案和轮廓在光影变幻中尤为突出，场景的效果得到了加强。在所有的图案中最有戏剧性的就是在拱形天花板上覆盖的浮雕星星图案的瓷砖。这些天花板的设计类似于星光灿烂的夜空，烛光在黑夜的幕布下照亮了星星。我们仍旧可以在辛特拉佩纳宫的教堂的小圆顶和科英布拉的 Santa Clara-Velha 教堂中看到这类瓷砖。

在十六世纪，葡萄牙的瓷砖制造者对于瓷砖的制造进行了广泛的尝试。此外，在此期间，许多西班牙，意大利和波兰陶匠聚集在葡萄牙，来宣传他们自己的瓷砖制作工艺和技巧。尽管有这些外来的影响，但是葡萄牙的瓷砖制作一直保持原创风格。虽然瓷砖从塞维利亚，以及之后从安特卫普等地进口，但是葡萄牙的瓷砖艺术一直是原创的，是源于它在不同场所应用的关系。

第六章：Mudéjar 图案的瓷砖

“Mudéjar”这一词来源于阿拉伯语“mudaggan”，意为“国内的”或者“家庭的”。Mudéjar 是西班牙穆斯林名字，在伊比利亚半岛被基督徒占领的之后也保留下来了。这些穆斯林工匠中的许多人，包括瓷砖制造商也都继续进行贸易活动。

“Mudéjar”瓷砖也被称为塞维利亚的西班牙-摩尔人瓷砖。

这些瓷砖装饰着重复的几何图案。最初，这些主题是受到了伊斯兰教的启发，仿佛从地球仰望星空，天空中绣了许多星星的巨大的挂毯。这种挂毯的效果是通过组合四块瓷砖描绘一个大星和十六个点来实现的。每个大的星星，交替地以蓝色和棕色的形式被八个小的绿色星星包围，就像挂毯中的结一样。这种模式在整个墙壁上重复出现，并产生了令人惊讶的光影效果：由于星星之间的空间被涂成白色，从远处看，图案看起来像花朵，这样的图案是居住在沙漠中的人所喜爱的。

这些由伊斯兰传统启发的瓷砖是 1503 年在塞维利亚使用干线制作和脊制作技术制成的。但是，随着十六世纪的发展，陶匠们开始把西班牙-摩尔人的瓷砖制造出受欧洲中世纪和文艺复兴时期影响的图案。

在葡萄牙各地仍可以看到塞维利亚陶匠制作的这些类型的图案瓷砖。在 Beja 市的 Conceição 修道院的章节大厅，有西班牙风格瓷砖图案组成的挂毯瓷砖墙。科英布拉的 Sé Velha 天主教堂和科英布拉附近的 São Paulo de Frades 教堂，装饰有由瓷砖描绘的假门、窗户和玫瑰窗，表现了葡萄牙人对于虚幻场景图案的喜爱。这是葡萄牙瓷砖艺术原创性的另一个体现。

第七章：浑仪图案瓷砖

浑仪是在葡萄牙大航海时代用于导航的金属天文仪器。在早期，通常被称为“天地机”。球体由代表天体的各种同心环组成。在中间，由轴相交的小球体代表地球。它成为了 Manuel I 国王的权利的完美象征，国王感谢葡萄牙航海家，感谢他们发现并征服了世界上的许多地区。今天，浑仪仍然体现在葡萄牙国旗上。瓷砖的白色背景突出了蓝色和绿色的球体围绕和蓝色地球相交的黄色轴线。这件瓷砖是 Manuel I 国王在 1508 年在塞维利亚订购的西班牙-摩尔风格瓷砖中最大的一件。这些瓷砖被装饰在辛特拉城市宫殿，并留存到今。

这是一面极为特殊的瓷砖墙，因为所有的瓷砖都描绘的是同一个图案浑仪，这也成为了国王的个人象征。这个创新的想法与所有的传统图案相矛盾，因为图案不应该是重复的。这种情况下，这个图案重复了数百次，覆盖了整个墙壁。看来，国王想要展示给游览宫殿的游客，他统治着整个宫殿，正如他通过葡萄牙的航海大发现征服了世界的一部分。

第八章：十六世纪后半叶的葡萄牙瓷砖制造

Faience 和 Majolica 釉面陶瓷

新的瓷砖制造工艺

十六世纪中期，新的瓷砖制造工艺发展起来，以此工艺制造出的瓷砖已经与当今现代瓷砖非常相似。这种方法被用来制造釉面瓷器。“釉面陶瓷”这个词源于意

大利城市法恩莎，这个城市也以生产这种陶瓷而著名。这种技术也被称为珐琅釉面，以地中海小岛马约卡岛的名字命名，它曾经是意大利陶瓷出口贸易的中心。通过这种新的方法，在已经烘烤过的方形黏土片表面涂上用水稀释过的锡和氧化铅的混合物。在烘烤的过程中将锡变成白色，而氧化铅为表面带来了釉面的效果。然后将黏土瓷片放置干燥并用穿孔的纸覆盖以在表面形成图案。用木炭粉在纸上勾勒出设计。把表面的纸去除，用氧化物绘制在表面以创造出各种颜色。最后一步，把黏土片再次放置在窑中，最后就生产出了我们今天的瓷砖。

釉面彩陶工艺使得陶瓷生产得到更广泛的色调。在此之前，只有四种颜色被使用在陶瓷生产中：黄色（氧化铁），蓝色（氧化钴），紫色（氧化锰）和绿色（氧化铜）。通过这种新的工艺来组合这些颜色，陶匠能够创造出更多色调，宛如绘画般生产瓷砖。

从意大利和弗兰德斯进口的釉面彩陶瓷砖，鼓励着葡萄牙陶匠采用这种新工艺制造瓷砖，可以在 Vila Viçosa 宫殿看到。葡萄牙的瓷砖制造在这一时期发展的非常迅猛。瓷砖图案开始从皮革、纺织品和木材制品等装饰艺术中吸取灵感。

第九章：Nossa senhora da vida 瓷砖墙

由于这面瓷砖墙的杰出设计和丰富色彩在同一时期的其他瓷砖墙的作品中非常少见，因此被认为是葡萄牙瓷砖装饰艺术的杰作之一。此幅作品被认为是当时杰出的画家 Marçal de Matos 创作的，像极了一副真实的绘画作品。

该瓷砖墙是在 1580 年为里斯本的 Santo André 教堂制作的，但是该教堂在 1755 年地震中毁于一旦。这面巨大的瓷砖墙是由 1498 块釉面彩陶瓷片组成，高约 5 米，宽约 4.65 米，模仿出一副祭坛画。祭坛画通常是木质或者石头的材质，放置在祭坛的后方或者上方，并用镶嵌或浮雕式面板进行装饰。如此一来，祭坛画是类似于大理石的材质。

在作品的中央绘制出一副镀金雕刻的精美画框。其中描绘了牧羊人对于躺在马槽中的被圣母玛利亚和圣约瑟关怀的耶稣的崇拜。这就是为什么这幅作品的名字叫做我们的生命之母（Nossa senhora da vida）。两边侧面的墙壁描绘了圣约翰（左边）和圣卢卡斯（右边），模仿雕塑的形态。这两位圣人是唯一两个正在记录这一事件的传教士。

在画面上部的圆形中，描绘了天使加布里埃尔告诉圣母玛利亚，她被选中生下耶

稣基督。注意这两个形象之间的空白矩形空间之间的距离。以前，一扇窗户占据了空间，它的光束将圣灵的血统照向圣母玛利亚。这些瓷砖面板和周围建筑之间的和谐关系的这一特点，在其他的文化中都没有体现。

底部的瓷砖类似于墙面砖的砌体，通常是用于建筑基础的石块。在整幅图中，砌石表面似乎装饰了更小的石块，如钻石小点。

在这幅作品中，所有的细节都是极为重要的。

第十章：十七世纪的葡萄牙瓷砖

图案的世纪

十七世纪的葡萄牙瓷砖制造以充满想象力的图案而闻名。最初，每一块瓷砖上都是一种设计或者主题，也就是说都是重复的图案。但是随着时代的发展，图案变得更加的复杂。2X2 大小的图案被创造出来（4 块瓷砖），4X4 大小的图案（16 块瓷砖），6X6 大小的图案（36 块瓷砖），12X12 大小的图案就需要 144 块瓷砖来组成，是当时整个欧洲能够制作出的最大的图案。

今天，我们认为这个时期的主题是复杂而神秘的。虽然在今日，生活场景和花卉花瓶不是很受赞赏，但是在十七世纪却具有象征意义。

十七世纪的图案设计是为了覆盖整个巨大墙壁。墙壁的上部设计了更为复杂的图案，以便参观者可以从下至上观看整个图案。这些作品图案错综复杂，营造出大挂毯的反射光的效果。

一些瓷砖的图案被称作“记录类型瓷砖”，包括描绘圣人或宗教场景的小型绘画。这些小型的画作，或多或少的有一些缺陷，因为被放置在绿色背景较高的位置，所以不会被观赏者发现。其目的并不是为了详实地描绘人物，而是要起到宗教声明的作用。这些名为“记录类型”在图案上的趋势是迈向十八世纪的重要一步。

第十一章： 钻石型图案

从名字上就可以看出，钻石型图案的瓷砖是受到了珠宝的设计灵感的启发。该图案类似于四边形的金字塔，顶部切割，如抛光的钻石。这些四边形设计中的每一个都被四个较小的钻石点和四个椭圆形状包围，类似于抛光的圆形表面的宝石。瓷砖表面呈现发光的效果，是由不同的颜色形成的，金字塔两面涂成蓝色，另外

两面是白色。金字塔的蓝色两侧增强了阴影的效果，白色增强了高光效果。墙壁的位置使得光线从左上角射入，照亮了艺术家的右手，没有任何阴影形成。这种光和影的组合也模拟了切割钻石的透明度，使得这个形状从瓷砖的表面突出。宝石镶嵌工艺非常复杂，大部分看起来是黄色的像是金丝，由扭曲线制成的首饰。虽然钻石点图案是 16 世纪后期最常见的图案之一，但是这幅瓷砖墙是在 1600 年至 1625 年之间在里斯本制造的。这样的钻石图案墙被大量运用在修道院和教堂中，比如里斯本的 São Roque 教堂。但是钻石图案瓷砖也被大量运用在非宗教建筑之中，有些甚至覆盖了整个建筑的外墙，例如里斯本的 Casa dos Picos，其意思就是“点的屋子”。

第十二章： 茶花型图案

这是 17 世纪最具有特色和令人惊奇的图案之一。事实上，虽然图案看起来仿若山茶花，但其主题的灵感是来源于流传到欧洲的东方瓷器上的牡丹，是一种毛茛花。因为牡丹看起来非常像玫瑰，所以在葡萄牙将其称为中国玫瑰或者日本玫瑰。这些图案的瓷砖大多装饰在圣母玛利亚的周围，因为玫瑰象征着纯洁和处女。图案是由 4X4 块瓷砖组成出黄色的茶花朵，被绿蓝交织的树枝包围。这幅瓷砖墙是在 1640 年至 1650 年左右，为了里斯本原来的 Nossa Senhora da Esperança 修道院制作的。

第十三章： 祭坛正面

祭坛的前面是一个矩形的瓷砖板，面向教会信徒的一面是模仿了复杂的挂毯和刺绣边缘的图案。

这三块瓷砖板是大约 1650 年在里斯本制造的，图案是受到了印度和中国的装饰布的样式。瓷砖板上描绘着牡丹和各种其他的花卉、水果、鹿、猴子、孔雀、鸟，甚至还有中国的塔等极具东方异域风格的图案。所有这些图案都簇拥在一起，好像不惜一切代价地要填满所有空白空间。在这个基督教的再度诠释中，描绘了天堂的样子。

虽然图案在白色的背景上以蓝色和绿色绘制，但是主要颜色为黄色，以突显出刺绣和条纹中使用的奢华黄金。

葡萄牙瓷砖生产的一个原创性的特点就是能够接纳其他文化图案，并把它们和葡萄牙或者欧洲的文化场景结合起来。

这些十七世纪中期祭坛前方的瓷砖墙就是以上葡萄牙瓷砖制造原创性特点的典范。

第十四章： D. Leonor 王后礼拜堂

这里就是曾经 Convento de Madre Deus 修道院修建的地方。其创始人的坟墓就位于入口附近的回廊的地板上。

据说，这曾是一座小型宫殿的礼拜堂，木制的天花板曾经装饰着模仿绳索的设计。绳索是女性组成的圣方济会的象征，因此 Leonor 王后在此建造了嘉勒修道院。

Leonor 王后曾是一名不仅有权势而且教养良好的女性。在她的影响下，修道院中装饰了很多用来供奉上帝的艺术品。礼拜堂中收集了一些最好且最精致的来自葡萄牙和佛罗伦萨的绘画、雕塑、意大利瓷器、珠宝、礼仪用品和装饰。其中很多的艺术品现在都被收藏和展示在葡萄牙国家经典艺术博物馆。

礼拜堂自从十八世纪翻修后就没有很大的变化。一度没有任何装饰的墙壁上悬挂了四枚陶瓷纪念章，描绘了十六世纪上半叶的四位福音传教士。这四枚陶瓷纪念章是 Leonor 王后在佛罗伦萨的 Della Robbia 家族工坊定制的，Della Robbia 家族是文艺复兴时期意大利最有名望的雕塑和瓷器制作家族。纪念章的颜色和质量都非常突出，现已成为很多现代品牌的灵感来源。

正对入口的墙上悬挂着一幅名为“耶路撒冷”之景的画作，大概是 1510 年左右由 Maximiliano I 为他的妹妹 Leonor 王后从德国定制的。这是一幅宗教绘画，它非常精细地描绘了耶稣受难记中耶稣从橄榄园进入坟墓的过程。这幅画描绘了耶路撒冷的虚构场景中的景物，中心坐落着所罗门神庙。它展现了故事的各个章节，仿佛是在叙述。但是这幅画有一个特点：Leonor 王后出现在画的左下角，她身着一身寡妇装，衣着风格与嘉勒修女的习惯相似。当这幅作品已经在葡萄牙的时候，王后的形象就已经在画中了。

礼拜堂的地板是二十世纪六十年代由工程师 Santos Simões 按照十六世纪经典的瓷砖地板样式，并融合了塞维利亚风格制造而成的。

第十五章： 低唱诗部

低唱诗部在 Leonor 王后时期曾经是第一个教堂的唱诗部。曾经的教堂总是被特茹河 (Rio Tejo) 的河水淹没，因此在 João III 国王时期被遗弃重建了。这次建造工程修建了现在的教堂和回廊，也就是您开始游览的地点。

低唱诗部随后变成了一个墓穴，其中两个祭坛是来自国王 João 时期。左边的祭坛是为了纪念耶稣之死。祭坛顶部的一个陶瓷的雕塑代表了十字架，底部的玻璃盒内保存着死去的基督的形象。右边的祭坛是为了纪念圣母之死。底部的木质雕塑描绘了圣母躺在玻璃盒内的形象；顶部的雕塑表现了圣母升天的场景。根据天主教的说法，在耶稣的母亲在世间的生命结束之后，肉体 and 灵魂都上了天堂。因此，那些向耶稣母亲祈祷的人，在死后都能够得到拯救。就像是这些从左到右的形象，给信徒一种他们会升向天堂的感觉。

低唱诗部的窗户也经过精心的设计。它们的角度极为特殊，使得阳光不能直接照射在正在祈祷的修女身上。

十九世纪，宗教秩序被废除，因此此建筑不再是修道院。由于不需要在修道院中庇护修女，所以低唱诗部的后墙被拆除了。因此提供了一个通往教堂的大型入口并一直留存到今天，同时也作为楼梯间使用。

第十六章： 教堂

进入 Madre Deus 修道院的教堂的游客们无一不被内部豪华的装饰所震撼。内部几乎所有空间都被瓷砖、镀金雕刻和绘画所装饰。教堂是在十六世纪五十年代国王 João III 和出身奥地利的王后 Catherine 时期建造的。在十八世纪，在巴西发现大量的金矿和钻石矿后，教堂才开始了豪华的内部装饰。这使得教堂成为了葡萄牙巴洛克风格建筑中极具代表性的一个。

在最初的惊喜与惊叹过后，游客的心灵也逐渐平静下来，享受着宁静和谐的感觉。这是一个绝佳的时刻，请就坐然后静下心来思考。这种美妙的享受时刻并不是随即发生的。这是由十六世纪的曼努埃尔式的建筑的杰出的规划和和谐的比例所带来的。它具有类似于矩形和拱形的罗马建筑特点。事实上，教堂是一个巨大的矩形空间，被一个桶形穹顶覆盖，采用白色的石质地板和深色的木质长椅。这是中殿，与一个巨大而完美曲线的拱门相连，两侧有两个较小的拱门，类似于罗马凯旋门。而且整个建筑都体现了以人为本的特点，既不太大也不太小。教堂的设计

也充分地考虑到了信徒，在中殿的每一边都有三扇非常高而窄的窗户，既能够提供足够的阳光，又能为祈祷者创造一片阴影，不至于阳光直射。

如今，游客们可以从修道院的下唱诗部通过十九世纪的楼梯进入教堂。当修道院还只是一个回廊的时候，这些楼梯还不存在，因为在那个时期，修女是不允许进入教堂的。为了建造这个楼梯，教堂的一部分墙壁被拆除了。墙上最初有一个大面积的荷兰瓷砖，描绘了西奈山上的摩西，被认为是描绘埃及的景观。在建造楼梯的时候，这幅瓷砖被移除下来，并分成了两部分，重新放置在了楼梯的两侧。我们可以看到，摩西的羊群被分成了两半，有一只羊的身体和头分到两部分瓷砖上。

教堂的墙壁一半都装饰着荷兰瓷砖，在白色背景下用蓝色的涂料绘制，大约是在十七世纪后期定制的。左边的瓷砖墙描绘了宫殿、花园和田野/乡村舞蹈的景象，而右边的瓷砖展现着在野外的祈祷。这些场景旨在向教徒展示两条路可以遵循：一种是享受的生活，另一种是宗教的生活。

剩下的墙壁空间和天花板被镀金雕刻的葡萄牙绘画所覆盖。

镀金雕刻是使用非常薄的金装饰在雕刻木材的表面的名称。镀金层非常薄，大概用6个金币就可以镀完整个空间。

有趣的是，绘画的主题和位置并不是偶然的。在瓷砖上方，绘画描绘了圣佛朗西斯的生活。更高位置的绘画描绘了圣克莱尔的生活，是圣克莱尔命令的创始人，也被称为可怜的克莱尔。天花板象征着天体和神圣的意志，其中有圣母，也就是上帝的母亲。

在左边，我们可以看到完全由镀金雕刻的皇家通道。皇室可以在人群中参加弥撒，而不被公众发现。高祭坛的镀金雕刻着两种美德：左边是一个藏着圣杯的面纱，代表了信仰；右边是一个锚的形象，代表的是希望。有人会问，那么第三种美德即善心，为什么在这里没有体现？其实，教堂本身就是第三种美德的体现，是善心的所在。

在1775年的地震中，盖住通道的石头倒塌了。有趣的是，使用木头制作的并画成模仿石头样式的镀金雕刻替代了原来的石头。Igreja Madre de Deus 教堂是开放的礼拜圣地，成为了许多里斯本居民参加婚礼的选择。

第十七章：回廊

爬两层楼梯后，我们到达了被称作 Claustim 的小型回廊，是在 Leonor 王后时期赐予原始的回廊的名字。现在共有两层，上面一层是在十九世纪时期修建的。

穿过由四条十六世纪文艺复兴风格简单装饰的柱子支撑的拱门，我们可以看到下层中心部分的中庭。后面，矗立着 Santa Auta 喷泉，它的水源被认为具有神奇的力量。虽然现在回廊的墙壁覆盖着方格瓷砖，但是这不是原始的装饰。这些瓷砖来自十九世纪的里斯本 Santa Ana 修道院，在修道院拆除之后安置到了这里。通往上层的楼梯上装饰有蓝色和白色狩猎场景的瓷砖，是在 1725 年和 1750 年间为了里斯本的 Calhariz 宫制造的。

在回廊的上层，参观者会惊奇的发现，在其中的一个立柱上雕刻着一列火车，代表着十八世纪最重要的发明之一。

虽然最初的时候回廊没有屋顶，但是现在被一个丙烯酸屋顶保护，这样一来就成为了一个顶部封闭的空间，可以用于各种用途。底层现在常用于展示当代的陶瓷作品，而上层经常被博物馆的教育部用于瓷砖制作体验课。

第十八章： S.Bento 楼梯

这个瓷砖面板是原创的，为了配合倾斜的楼梯角度，瓷砖被切割成了菱形。在这个设计中，瓷砖的走势向着我们的行进方向，创造了一种动感。在其他国家，在楼梯上使用的瓷砖是正方形的，其设计适应了楼梯倾斜的角度。

这块瓷砖面板是属于在 1630 年里斯本制造的 6 块面板中的一块。这块瓷砖板是用来装饰里斯本 São Bento da Saúde 修道院和 Saint Benedict 修道院，也就是今天的葡萄牙国会所在地。为了创造更逼真的效果，我们决定展示瓷砖板和虚假的楼梯。在白色的背景上，用蓝黄两色绘制，模仿了铁栅栏内动物、天使、角度、面具，以及保护牧羊人及其羊群的神话人物山羊蹄。空白的处装饰着宗教秩序的徽章。其中最引人瞩目的徽章是 S. Bento，位于中心位置，显示一头狮子抱着一只手杖，牧羊人使用的棍杖也是主教的象征。

一位十七世纪的教皇使者在看到这个楼梯的时候赞叹不已，他承认即使是梵蒂冈也没有这样的东西。

第十九章： 十八世纪葡萄牙瓷砖制作 造型性的世纪

十七世纪末期，第一批荷兰瓷砖到达了葡萄牙。它们被称作“单独造型”瓷砖，因为每一块瓷砖都是在白色的背景上绘制蓝色或紫色的图案，最后拼成一整块图像的设计。

这种类型的瓷砖在葡萄牙受到非常热烈的追捧，因为它们精确细腻的描绘，同时也是因为表面的釉面和蓝色的色彩，这与中国的瓷器非常相似。这些特质为葡萄牙十八世纪的瓷砖制造带来了非常大的影响。在此期间，一直到 1750 年，葡萄牙瓷砖只使用在白色背景上蓝色绘制的方式。由于这是葡萄牙瓷砖制造历史上最有成就和极具创造性的时期之一，因此产生了一个误解，“azulejo”这个词起源于“azul”，意思为蓝色，因为蓝色是该时期使用最多的颜色。

为了与从荷兰进口的瓷砖竞争，葡萄牙的陶瓷匠人开始邀请知名的画家在瓷砖面板上作画。今天，我们把这个时期叫做“大师之轮”，已经达到了世界范围内的瓷砖制造的最高点 高潮？。

“大师之轮”时期，瓷砖面板的需求急剧增加。在 1720 年左右迎来了瓷砖制造的顶峰，迎来了我们今日称为“生产大循环”的时期。瓷砖描绘的内容更加广泛，从宗教和神话场景到日常，宫殿和狩猎，各种场景都有。

在这个时期，瓷砖面板的线条变得越来越复杂，其重要地位几乎与面板中描绘的场景一样重要。线条本身就是图案，这是一种使用碎瓷片（Alicatado）技术制成的拼贴花饰，这种技术自从十六世纪以来就再也没有使用过了。用这种方式制成的模制品与放置面板的墙壁形成了绝佳的对比效果。

1755 年的里斯本大地震在一定程度上也影响了葡萄牙的瓷砖制作。

彭巴尔侯爵，曾任 José 国王时期的总理，以最快的速度领导了重建工作。这就是为什么这一时期的里斯本建筑内的瓷砖图案被叫做“彭巴尔式”风格，即是为了纪念彭巴尔侯爵为里斯本城做出的贡献。瓷砖以半工业化的方式连续生产，使得瓷砖面板在安装和使用方面更加方便。除此之外，颜色和主题也在一定程度上发生了变化。所有的十六世纪和十七世纪的颜色都通过与其他很多的颜色混合的方式得到了复兴和扩大。

在十八世纪中期，罗马城市庞贝城和耶路撒冷的考古发现对欧洲艺术产生了极大的影响。这些发现发展出了一种新的风格，名为新古典主义。一种受罗马艺术启发的现代诠释。在葡萄牙，新兴的资产阶级也改变了 Maria I 王后统治时期的社会氛围。由于品味上的改变，陶瓷匠人开始陆续停止瓷砖制造。在 1780 年到 1820 年期间，瓷砖的生产主要是来自彭巴尔侯爵时期建造的工厂。

第二十章：“独立形象”瓷砖面板

在葡萄牙语中，这些瓷砖被称作“figura avulsa”（单独造型）因为每一块瓷砖表面都有一个独立的形象。它们很可能是由非常年轻的瓷砖制作学徒制造的。这

些瓷砖大多是在厨房、走廊或者圣器室中使用，极少出现在更为神圣的场合。单独造型瓷砖是 1700 年到 1750 年期间在里斯本制造的。即便是受到了荷兰的单独造型瓷砖制造的影响，这些在葡萄牙制造的瓷砖在图案方面的题材更加广泛，例如花朵、水果篮、鸟、兔子、船只、房子，甚至是人物形象都被用蓝色绘制在白色的背景上。每块瓷砖的四角都设计了点和线段的组合，被称作“小星星”，因为当四块瓷砖拼在一起时的图案看起来像是一颗星星。

第二十一章： 舞蹈课程

这幅荷兰的瓷砖面板，长 4 米，宽 1.7 米，是在 1707 年制造的，是一副雕刻作品的仿制品。这幅瓷砖面板描绘了在一栋建筑楼顶的花园里的舞蹈课程，这是一个在贵族间非常普遍的日常生活场景。在白色背景上用蓝色绘制细节场景。中间的一对男女随着左边的小提琴演奏翩翩起舞。一个看起来像是贵族的男性在右侧站立，看似正在和背对着我们，在小孩旁边坐着的女性交谈。在左手边，一位女士抱着孩子在护栏上坐着。似乎没有人关注花园中央男女的舞蹈，大概是因为这是日常再平常不过的场景吧。

第二十二章： St. António 礼拜堂

Santo António 礼拜堂极好的诠释了“蓝色上的金色”这一说法，意思是“完美”。这座教堂充分展示了金色的雕刻和蓝色的瓷砖之间的平衡。

这里现在被叫做 St. António Chapel 礼拜堂，因为整个瓷砖面板都描绘了这位圣人的生活和奇迹。但是从前被叫做“祠堂”，因曾经是隐士居住的场所。礼拜堂的瓷砖面板描绘了隐士们的生活。是在 1725 年到 1740 年间的大生产时期制造的。

隐士瓷砖面板引导观众关注房间中最重要的两个位置。从中间向右侧的隐士面向着圣坛，也就是 N.^a Sr.^a da Graça 图像的所在。从中间向左侧的隐士都面向耶稣在马槽中降生的雕塑，是十八世纪初期由 António Ferreira 制造的。这是一幅非凡的泥塑作品，它描绘了人们独自一人或者一群人越过山丘，远道而来尊崇诞生的耶稣，各种各样的乐器弹奏出美妙绝伦的乐曲。

这是一个非常特殊的空间，它展示了葡萄牙巴洛克艺术的高度和杰出成就。礼拜堂结合了各种各样的装饰艺术，如绘画、雕刻、瓷砖制作、黏土雕刻，甚至采用了巴西异域木材来制作礼拜堂的地板。

第二十三章：高唱诗部

高唱诗部也被称作珍宝礼拜堂。是修女们在每天进行弥撒和参加宗教庆祝活动时的场所。高唱诗部、St. António 礼拜堂和教堂都代表了十八世纪葡萄牙巴洛克艺术的顶峰。其表面的所有空间都被完全装饰起来。

在高唱诗部的后部，矩形的房间内有一个用车木制成的阳台。当修女们还在使用的时期，房间里曾装有镀金雕刻的栏杆，让她们能够听到并看到弥撒活动，而不被外部的人员看见。今日，这些镀金雕刻的栏杆被换成了玻璃窗格，让各位参观者可以向下看，并完整的欣赏教堂整个教堂的美轮美奂。

在阳台的两侧均有一幅十六世纪中期 Cristóvão Lopes 的画作，左边是国王 João III 的画像，右边是奥地利王后 Catherine 的画像。他们是主持 Convento de Madre de Deus 修道院的新教堂和回廊修建时期的国王和王后。

在这个空间的上方，有一个镀金雕刻的大型圣器，在修道院里修女们会根据宗教日期定时旋转圣器，圣器便会显示不同的绘画作品。

供修女们坐的双排木椅上有一个有趣的细节。修女们可以抬起座位，让她们可以站立起来祈祷。然而当长时间站立祈祷感到疲劳时，可以靠在座位后部凸起的小块木头上，这个装置被称作“*misericórdia*”，意思是仁慈。

在房间的中间有一个非常大的阅读架，看起来像是用来固定乐谱的谱架。事实上，阅读架是用来放置圣经和赞美诗等厚重的书籍，让修女们可以坐在椅子上阅读。高唱诗部的墙壁完全被雕刻和绘画所覆盖。装饰有大量十六世纪时期的绘画，今天这些绘画都在葡萄牙国家经典艺术博物馆中展览。在椅子和绘画间放置有小型的展示柜。这些陈列柜收藏和保存了各种圣人的遗物，是这座教堂的真正宝藏。墙上有四扇大窗户，每扇窗户都贴着瓷砖，上面绘制有旧约中妇女的形象。

地板都是采用从巴西进口的各色木头制成的图案进行装饰的。

第二十四章：N.^a Senhora do Carmo 瓷砖板

在 1755 年大地震之后，人们通过把瓷砖面板装饰在建筑物表面的方式来寻求圣灵的 protection。这些瓷砖面板往往是以圣母玛利亚或者是其他圣人为题材的，例如圣安东尼，或者是保护不被火焰侵袭的圣 Marçal。这些瓷砖面板被称作 *registos*。这个城市浓厚的宗教氛围让人们走过瓷砖面板的时候驻足片刻，祈求免受未来灾难的保护。

这幅巨大的 Our Lady of Carmo 瓷砖面板高约为 1.95 米，宽为 91 厘米，中央部分用蓝色绘制着圣母玛利亚和婴儿基督，背景为白色。最底部是在炼狱中的灵魂。图像周边被蓝色和白色的贝壳状边框包围，瓷砖面板被裁剪以配合绘图设计。圣婴基督头顶的光环，圣母玛利亚的王冠和炼狱的火焰都用黄色绘制，让人联想到黄金和火焰。

这幅瓷砖面板是将洛可可风格运用在瓷砖制作上的新尝试。在造型上变得不对称，轮廓上较为复杂，贝壳和叶子形状则是受到了木雕作品的启发。

同时这幅瓷砖面板展现了里斯本制造和科英布拉制造的瓷砖在颜色方面的不同。科英布拉的蓝色是比较灰色调，里斯本的蓝色是比较明快的色调；科英布拉的黄色是偏橘红色调，里斯本的黄色是偏金色调。这幅瓷砖面板是 1770 年到 1780 年间在科英布拉制造的。

第二十五章：彭巴尔风格图案瓷砖面板

现如今，我们可以在里斯本市中心的 Baixa Pombalina 区的很多居民楼、商店和咖啡馆的内墙看到彭巴尔式图案瓷砖。

这幅瓷砖面板是 1770 年到 1789 年间在里斯本制造的。中央绘制了黄色的花朵，花朵周围围绕着蓝色的边框，周围是棕色的花朵。在中心缠绕着叶片的点缀是蓝色丝带。叶片是一种多刺灌木，生长在地中海沿岸的岩石地带，其叶子最先被希腊人和罗马人用作装饰。像许多其他在彭巴尔风格图案瓷砖中使用的图案一样，是受到了壁纸的启发。有趣的是，这种壁纸在英国和法国被广泛使用，但在葡萄牙却非常少见。

第二十六章：帽子匠人 António Joaquim Carneiro 的故事

就像一个带有字幕的漫画一样，这一组七个瓷砖面板描绘了帽子匠人 António Joaquim Carneiro 的真实故事。童年时期，他只是一个放牧牛羊的穷苦小男孩，随后进入了城市和他的叔叔学习制作帽子。之后开始他自己的生意，和一个富有的寡妇结了婚，寡妇婚前就有 5 个孩子，并在离里斯本很近的 Póvoa de Santo Adrião 买了一处房产，开设了自己的帽子工厂。

在白底蓝色图案的瓷砖设计上，表现了以下内容：

第一幅：年轻的 António Joaquim Carneiro 在城堡旁边放牧，肩上坐着他的弟弟。

第二幅：António 在牧场照看他商人祖父的牛。

第三幅：António 和骡子的主人一起去叔叔家学习经商。

第四幅：António 和他的叔叔 António Frire Carneiro 学习经商。

第五幅：António 和他的母亲以及两个姐妹两个兄弟在店里。

第六幅：António 和他的妻子以及 5 个继子们在照看生意。

第七幅：António 坐着马车去他的工厂。

这一组瓷砖面板反映了在美学上的变化。其新古典主义的主题灵感来自于赫库兰尼姆和庞贝挖掘中发现的古罗马房屋的壁画。花篮、花环花圈、鸟类、项链等珠宝以黄色、绿色和锰色精巧地绘制并创造性地结合在白色背景上，以模仿壁画。这一系列的瓷砖面板都是高 83 厘米，宽为 1.15 米在 1790 年到 1800 年间由帽子匠人自己在里斯本订购的。这些瓷砖面板曾经在他的房产也就是工厂在所在地展出。这些瓷砖面板是一个曾经穷苦的小孩通过自身的刻苦努力成为了一个富有的商人的见证。

这些瓷砖面板同时也是十八世纪末期葡萄牙和欧洲社会变革对瓷砖艺术影响的有力证据和例证。在资产阶级出现之前，葡萄牙瓷砖的主要需求是来自贵族和教堂。

第二十七章： 十九世纪的葡萄牙瓷砖制作

半工业化生产

十九世纪是工业化生产和广泛使用瓷砖的时期。形象化图案的瓷砖成为了老传统，逐渐被对称性图案所取代，并广泛装饰在建筑物外墙上。这是一个资产阶级的世纪，他们希望把他们的住所变成身份地位的象征。因为不是所有人都买得起宫殿，瓷砖就成为了一些有钱的家庭装饰他们的住所，使其在其他的建筑物中脱颖而出的一种方式。

在十九世纪，瓷砖受到当时的国王 Fernando II 的异常喜爱，他是德国的王子，与 Maria II 王后结婚，并在辛特拉建造了佩纳宫。国王非常喜欢陶瓷艺术，这也造福了陶瓷厂和陶瓷艺术家。他非常喜欢 Roseira 工厂，这个工厂生产的瓷砖仍然被广泛使用在一些里斯本的建筑物外墙装饰上。Wenceslau Cifk 是国王最赏识的瓷砖艺术家之一，他设计了一些装饰佩纳宫的瓷砖。在佩纳宫的外墙使用瓷砖装饰的想法，让瓷砖装饰在里斯本城内更加广泛和流行。

建筑物外墙的瓷砖装饰在里斯本等城市创造了新的城市风貌。瓷砖通过反射天空、阳光和河水，赋予了城市迷人的色彩和光芒。这就是为什么外国游客对于城市的自然光线着迷的原因。

瓷砖在建筑物上的应用迅速扩展运用到屋顶，屋檐，栏杆和雕塑上。通过结合这么多装饰元素，房子的主人们努力炫耀自己的财富，以及他们华丽的外墙。十九世纪瓷砖的工业化生产在葡萄牙的南北地域存在差异。在北方，雕塑的品味使得十六世纪的瓷砖使用恢复生机，但是现在以新的轮廓描绘了各种各样的植物和几何图案。Fábrica de Massarelos 工厂是北方制造浮雕瓷砖最主要的工厂之一。同样图案的瓷砖在里斯本也有生产，但是表面更加光滑，不是浮雕的形式。透视和体量的错觉是通过设计创造各种色调的阴影来实现的。这些图案是通过这个有各种颜色的装置冲压黏土制作的。

第二十八章： 二十世纪的葡萄牙瓷砖制造

艺术家的世纪

二十世纪是艺术家的世纪。瓷砖制造成为了那个时代葡萄牙艺术家施展自身才华的最佳途径。

Rafael Bordalo Pinheiro 创造了受十六世纪葡萄牙瓷砖制造主题启发的一系列图案。后来逐渐引入了欧洲流行的破浪式花卉图案的新艺术风格。

在 Rafael Bordalo Pinheiro 之后，其他的艺术家，如 Jorge Colaço 创造了瓷砖面板的图案。Colaço 的作品装饰在一些火车站、宗教小镇或城市以及一些重要的纪念碑上，同时也经常出现在明信片上。

Jorge Barradas 被公认为是葡萄牙当代瓷砖制造之父。尽管这位画家从事瓷砖制造工作相对较晚，但是他对这一艺术形式做出了决定性的贡献。他的大部分作品都融入到了建筑中，采用了浮雕元素，以及非常优雅的镂空设计瓷砖。

二十世纪的后半叶，年轻的视觉艺术家用公共空间的瓷砖面板翻新了葡萄牙建筑-创造了所谓了城市艺术。新城市艺术作品包括了 Maria Keil 在里斯本地铁站的瓷砖装饰，João Abel Manta 在 Avenida Calouste Gulbenkian 大街创作的大型瓷砖面板。随着二十世纪的不断发展，瓷砖的制作开始表达当代不断增长的艺术家个人语言。

这里的作品展示了瓷砖艺术如何适应建筑的外墙或者公共建筑内部装饰。一些艺术家创造性地使用了瓷砖进行装饰，例如 Manuel Cargaleiro、 Querubim Lapa、

Eduardo Nery 以及 Cecília de Sousa。其他的一些艺术家使用瓷砖传达他们的创造性想法，例如 Júlio Resende、Júlio Pomar、Ivan Chermayeff 以及更近期一些的，Bela Silva。

第二十九章： 蚱蜢图案瓷砖

这幅瓷砖面板是由 Rafael Bordalo Pinheiro 创作的，在浅绿色的背景上，每块瓷砖上都绘有一只两个麦穗之间休息的蚱蜢。从整体上看，整个面板看起来就像一个优雅的菱形网格。

这一图案是为了面包店特意设计的，在当时，面包店就像是当今的现代咖啡馆——是客人们相聚谈天的场所。

Bordalo Pinheiro 的瓷砖作品都是浮雕的形式，强调了浮雕而不是绘画。他不可思议的创造力都体现在了他的瓷砖制造上。

蚱蜢图案的瓷砖是在 1905 左右在 Fábrica de Faianças，是设立在 Caldas as Rainha 的工厂制造的，Rafael Bordalo Pinheiro 也曾在这家工厂担任艺术总监。

第三十章： 迷宫

这是由 Maria Keil 为里斯本地铁 Restauradores 站设计的瓷砖图案。在白色的背景上的蓝色线条沿着轨道运动方向，并创建了一个迷宫般的效果。中央的天使头在几何和抽象线条的主流设计中创造了一个突破，让人联想起来 18 世纪的葡萄牙瓷砖制造。

1959 年里斯本地铁首先开幕了 11 个站，是由建筑师 Francisco Keil do Amaral（Alfredo Keil 的孙子，他谱写了葡萄牙国歌的曲子）设计的。Maria Keil 为其中 10 个地铁站设计了瓷砖面板。

Maria Keil 的迷宫瓷砖设计可以有各种解读方式，解释了当代设计语言如何具有表达多种意义的能力。相互交错的蓝色线条可能让我们联想到蜿蜒的地下轨道在城市下方纵横交错，在生命的迷宫中传达数以千万的相交的命运。另一种可能的解释是面板参考了巴洛克式的作品，是向巴洛克风格致敬。事实上，在巴洛克

时期，许多宫殿的花园里都有树篱构建了迷宫，以供闲暇之余进行消遣。艺术家添加天使头也是为了能够和巴洛克时期的瓷砖面板建立联系。在其他的一些迷宫主题的瓷砖面板中，艺术家添加了花瓶元素，同样也是巴洛克式时期的主要特征之一，两侧有鸟和海豚的图案。

这个瓷砖面板高为 1.70 米，宽度为 0.70 米，是由里斯本的一家瓷砖工厂 Fábrica de Ceramica Viúva Lamego 在 1959 年制造的。

第三十一章： 格子图案瓷砖面板

从远处看，这个由 Querubim Lapa 制造的瓷砖面板看起来仿若浮雕。其效果是通过采用各种不同白色的黏土和釉料来实现的。立方体和平行六边形从菱形的背景上随机凸起。

在顶部的绿色线脚上面被裁剪的图案是模拟 alicatado 技术制成的，比如塔、蜗牛和狮身人面像。这位艺术家的灵感来源于辛特拉 Palácio da Vila 宫殿的十六世纪瓷砖面板，但他运用现代化的语言进行了全新的诠释。

Querubim Lapa 是最大程度上使用传统瓷砖制作的艺术家。他创作了一系列白色调的瓷砖面板，令人联想到十六世纪和十七世纪的葡萄牙陶瓷作品，其中白色色调各有不同。

事实上，在过去有些陶工们的粗心大意，在瓷砖表面涂上氧化物的时候，习惯性地用同一个容器里的水来清理刷子。这就是为什么在涂上同一种氧化物的时候，会出现不同色调的颜色，这也就解释了为什么葡萄牙瓷砖的白色有丰富色调。即使粗心地清洁刷子的行为是随意且不可重复的，但是在这个瓷砖面板中，Querubim Lapa 通过精确的计算形成各种白色色调，并赋予了整个面板一个豪华的视觉效果。面板顶部的造型让人联想到在十六世纪伊比利亚半岛的瓷伊斯兰陶器。然而，这里的艺术家使用模具而不是在陶瓷片上切割的。

这件瓷砖面板，高 1.70 米，宽度为 1.30 米，于 1991 年在里斯本制造的。

第三十二章： 里斯本风景瓷砖面板

这幅瓷砖面板占据了这间房间的两面墙，这是葡萄牙瓷砖制作的的杰作之一，同时大概也是整个博物馆中最有价值的作品。这幅面板描绘了 1755 年大地震前的特茹河沿岸的里斯本城面貌。在白色背景上的蓝色设计，从 Algés 到 Xabregas，

即 Convento de Madre de Deus 的所在地，再现了 14 公里的河岸线风景。展现了城市和河的紧密关系。在底部，清晰地展现了海岸沿线的海滩、堡垒和码头。建筑物散落分布在山上，皇家宫殿周边人口稠密。即便在极具破坏力的地震之后，很多城市景观发生改变，但是直至今天，我们仍旧可以认出很多的建筑物和地标。同时也有很多建筑物消失了，这幅瓷砖面板是少数几个描绘了在早年间城市风貌的作品。里斯本不仅仅有宫殿、教堂和修道院，这幅瓷砖面板还描绘了一些集中和散落在山上房屋，也正是今天城市生活的集中地。这幅面板同样展示了在 Mercado de Ribeira 市场的平凡的日常活动。在公共的喷泉，马车上的轿夫把他们的主人送到 Belém 和 Alcântara 的庄园。同时还描绘了重要的商业活动，如海军造船市场和海上贸易。这幅极具原创性的瓷砖面板最开始是为里斯本主教堂旁边的 Palácio dos Condes de Tentúgal 宫殿的一个房间制造的。这幅作品一直悬挂垂落到地面，围绕了整个房间。Terreiro do Paço 和 Palácio Real 在主墙上以更大的比例被描绘。葡萄牙的皇家住宅显然是这个城市的中心，也是里斯本各方活动的焦点。由于面板沿着墙的底部环绕着房间，因此营造出令人印象深刻的舞台布景效果。观众转圈观看面板，宛若鸟瞰整个里斯本城，即上帝视角。

第三十三章：里斯本厅

您在葡萄牙国家瓷砖博物馆的参观就要结束了，但这只是您亲身探索里斯本城，乃至探索整个葡萄牙的第一步。由于这个展厅是专门为里斯本设立的，有一幅展示了十八世纪早期沿河城市风貌的葡萄牙瓷砖制造杰作。这幅作品描绘了 1755 年灾难性的地震前的里斯本历史。这个瓷砖面板深深影响了当代艺术家对于里斯本的各种诠释，其中一些诠释在对面墙上有所展出。但是，里斯本的奇观不仅仅是一个艺术形式：城市鼓励各位游客探索新的意义，并保留每一个人的看法。既然现在各位对葡萄牙文化习俗有了一定的了解，欢迎你们参观里斯本城，乃至整个葡萄牙。在旅程中，用你们的想象去绘制你们脑海中的原创瓷砖面板。