

Universidade do Minho

Escola de Letras, Artes e Ciências Humanas

Maria Isabel Oliveira Silva

Turismo na região Porto e Norte de Portugal - Criação de conteúdo,
tradução e atendimento ao público



Universidade do Minho

Escola de Letras, Artes e Ciências Humanas

Maria Isabel Oliveira Silva

**Turismo na região Porto e Norte de
Portugal**

**Criação de conteúdo, tradução e
atendimento ao público**

Relatório de Estágio

Mestrado em Tradução e Comunicação
Multilingue

Trabalho efetuado sob a orientação da

Professora Doutora Sílvia Araújo

abril de 2023

DIREITOS DE AUTOR E CONDIÇÕES DE UTILIZAÇÃO DO TRABALHO POR TERCEIROS

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

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

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



Atribuição

CC BY

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

AGRADECIMENTOS

Agradeço à minha família, aos meus pais e à minha irmã, por estarem sempre comigo nos piores momentos e por me darem todo o apoio que necessitava. Especialmente, agradeço à minha querida avó que infelizmente já não está entre nós, mas que foi a minha maior motivação para continuar.

Agradeço à Associação de Turismo do Porto por me ter acolhido da melhor maneira possível, proporcionando-me memórias que ficarão sempre comigo.

Por fim, agradeço à minha orientadora, a professora Sílvia Araújo, por toda a ajuda que disponibilizou e o apoio durante a realização deste relatório.

DECLARAÇÃO DE INTEGRIDADE

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

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

Turismo na região Porto e Norte de Portugal - Criação de conteúdo, tradução e atendimento ao público

RESUMO

O presente relatório tem o intuito de apresentar os trabalhos realizados durante o estágio curricular decorrido na Associação de Turismo do Porto.

O setor do turismo é um dos mercados mais importantes para a economia mundial e nacional, e é através dele que cada país desenvolve e melhora o seu setor e mostra o que têm para oferecer. A tradução e a comunicação turística têm aqui um papel impactante que ajuda a interligar culturas entre si e também na divulgação da própria cultura de cada país. Aqui será então estudada a interação turística que foi criada através da produção de conteúdos informativos e apelativos. Para demonstrar isso, este relatório foi dividido em duas partes: a primeira inclui a compreensão teórica sobre o turismo e a segunda expõe os trabalhos que foram elaborados através da teoria estudada.

Podemos concluir que neste setor a tradução e a criação de conteúdos é essencial para o turismo e deve estar em constante desenvolvimento. É uma prática um pouco ignorada, havendo alguma falta de informação, mas que está sempre a evoluir e a alastrar a outras cidades. Para os turistas estes são uma mais-valia e para o setor é uma indicação de negócio crescente. Veremos então que conteúdos foram criados.

Palavras-chave: Turismo; tradução turística; criação de conteúdos; Associação de Turismo do Porto

Tourism in the Porto and North region of Portugal - Content creation, translation, and customer service

ABSTRACT

The present report aims to present the work done during the curricular internship at the Porto Tourism Association.

The tourism sector is one of the most important markets for the world's economy and the national economy, and it is through it that each country develops and improves its sector by showing what it has to offer. Touristic translation and communication have an impactful role here, helping to connect cultures with each other and also in the dissemination of each country's own culture. Here the tourist interaction that was created through the production of informative and appealing content will then be studied. To demonstrate that, this report was divided into two parts: the first includes the theoretical comprehension of tourism, and the second sets out the work that has been carried out using the theory studied.

We can conclude that in this sector translation and content creation are essential for tourism and must be in constant development. It is a somewhat ignored practice, with a lack of information, but it is always evolving and spreading to other cities. For the tourists, these are an asset and for the sector an indication of growing business. We will then see what content has been created.

Keywords: Tourism; touristic translation; content creation; Porto Tourism Association

ÍNDICE

DIREITOS DE AUTOR E CONDIÇÕES DE UTILIZAÇÃO DO TRABALHO POR TERCEIROS	II
AGRADECIMENTOS	III
DECLARAÇÃO DE INTEGRIDADE	IV
RESUMO	V
ABSTRACT	VI
ÍNDICE	VII
ÍNDICE DE FIGURAS	IX
ÍNDICE DE TABELAS	IX
LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS	X
1. Introdução	1
2. Associação de Turismo do Porto	3
2.1. Apresentação da Instituição Acolhedora;	3
2.2. Principais objetivos do estágio	4
3. Contextualização Teórica	6
3.1. Turismo	6
3.1.1. O que é o Turismo?	6
3.1.2. Tipos de Turismo	13
3.1.3. Turismo em Portugal	17
3.1.4. Turismo do Porto e Norte	21
3.1.5. Características importantes do Turismo do Porto	25
3.2. Interação Turística	29
3.2.1. Comunicação Turística	29
3.2.2. Criação de Conteúdos Turístico	31
3.2.2.1. Textos Turísticos	31
3.2.2.2. Linguagem Turística	34
3.2.3. Tradução Turística	36
3.2.3.1. Principais características	37
3.2.3.2. Principais dificuldades na Tradução Turística	39
3.2.3.3. Estratégias de tradução e materiais de apoio	42
4. Estágio no Posto de Turismo do Porto	44
4.1. Dados estatísticos	44
4.2. Trabalho realizado no estágio	46
4.2.1. Atendimento ao Público	50
4.2.2. Tradução	51
4.2.2.1. Traduções realizadas	52

4.2.2.2.	Dificuldades e soluções encontradas	60
4.2.3.	Criação de conteúdo turístico	67
4.2.3.1.	Redações realizadas.....	67
4.2.3.2.	Lista de locais acessíveis realizada	74
4.2.3.3.	Dificuldades e soluções encontradas	75
5.	Considerações finais	84
6.	Referências Bibliográficas	87
7.	Anexos.....	90

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Taxa de crescimento do PIB, 2008-2021	10
Figura 2: Chegadas de turistas internacionais no mundo inteiro	11
Figura 3: Chegadas de turistas internacionais no mundo todo, janeiro a maio de 2022	12
Figura 4: Chegadas de Turistas Internacionais e Portugal	19
Figura 5: Logótipo do Porto.....	27
Figura 6: Logótipo do Turismo do Porto e Norte de Portugal.....	28
Figura 7: Diapositivos do Powerpoint “Porto.CARD” na LP	53
Figura 8: Diapositivos do Powerpoint “Turismo do Porto e Norte” na LP	55
Figura 9: Excerto do texto “Informação sobre o Gerês – 2 dias” na LP	56
Figura 10: Excerto do texto “Informações Gerais sobre o Porto e Norte de Portugal” na LP	57
Figura 11: Excerto do texto “Roteiro 1, 2 e 3 dias” na LP	59
Figura 12: Roteiro “Porto a dois”	68
Figura 13: Roteiro “Porto para famílias”	72
Figura 14: Organograma da metodologia de trabalho.....	85

ÍNDICE DE TABELAS

Tabela 1: Tipos de Turismo	14
Tabela 2: Número de dormidas em Portugal, junho de 2022.....	20
Tabela 3: Produtos âncora e complementares da região Norte de Portugal	23
Tabela 4: Número de dormidas na região Norte de Portugal, 2019-2021.....	24
Tabela 5: Tipos de textos turísticos.....	32
Tabela 6: Principais Âmbitos Culturais de um Cultura específica	40
Tabela 7: Registo de Afluência dos Postos de Turismo do Porto	44
Tabela 8: Descrição de todos as tarefas realizadas durante o estágio	46
Tabela 9: Tradução para Francês e Espanhol	52

LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS

ATP - Associação de Turismo do Porto

INE - Instituto Nacional de Estatística

LC - Língua de Chegada

LP - Língua de Partida

OMT - Organização Mundial de Turismo

PWC - Porto Welcome Center

TC - Texto de Chegada

TP - Texto de Partida

TPNP - Turismo do Porto e Norte de Portugal

1. Introdução

O presente relatório tem como fim apresentar e analisar os trabalhos elaborados durante o estágio curricular realizado na Associação de Turismo do Porto (ATP). Esta é uma associação dedicada ao setor do turismo onde foram utilizados os conhecimentos de tradução e comunicação que me foram atribuídos ao frequentar o Mestrado de Tradução e Comunicação Multilingue. Os principais objetivos deste relatório são: descrever as tarefas realizadas; demonstrar as competências utilizadas e adquiridas através das mesmas; demonstrar os conhecimentos sobre a temática; realizar um relatório coerente e com qualidade.

O turismo é um ramo internacional que está constantemente a crescer, ajudando a melhorar a economia de cada país ou destino turístico. Neste setor a comunicação e a tradução são âmbitos fundamentais e que não podem faltar, pois ajudam a transmitir ao público-alvo a mensagem e os produtos que cada um tem para oferecer. Por este motivo foi escolhida a opção de realizar o estágio num posto de turismo onde iria aperfeiçoar os meus conhecimentos e realizar trabalhos sobre tópicos de gosto pessoal, sendo este um setor que me interessa bastante.

No primeiro capítulo será apresentada a ATP, as suas funções e objetivos como uma empresa focada na difusão e desenvolvimento do setor do turismo. Para além disso, serão expostos os diferentes postos e produtos turísticos que podem vender aos turistas e que utilizam como propaganda.

O segundo capítulo centra-se na compreensão teórica do tema de turismo e aqui são expostos diversos parâmetros do turismo, bem como inclui a parte de criação e tradução de conteúdo turístico: a história do turismo e como surgiu; os tipos de turismo existentes; o turismo em Portugal e, mais especificamente, na região norte do país; a marca da cidade do Porto, onde foi realizado o estágio; a comunicação turística e como esta é desenvolvida; a criação de conteúdo e a tradução turística.

No terceiro capítulo é colocada em prática a teoria do capítulo anterior ao apresentar uma análise detalhada de algumas das tarefas elaboradas no estágio, quais os problemas encontrados e que métodos foram utilizados para os solucionar. Aqui serão somente apresentados alguns dos trabalhos, os que considerei essenciais

integrar no relatório, devido a terem sido elaborados diversas tarefas idênticas e com o mesmo intuito.

Por fim, são apresentadas as considerações finais do trabalho geral que foi realizado e onde serão discutidas as principais conclusões relativamente ao estágio e às tarefas realizadas. Igualmente serão discutidas as competências adquiridas durante o estágio, quais competências obtidas no mestrado foram utilizadas e se os objetivos principais foram todos alcançados.

2. Associação de Turismo do Porto

No primeiro capítulo, apresentamos a instituição onde foi realizado o estágio curricular durante o período de 3 meses, ocorrendo no 2º semestre do 2º ano do mestrado. Como mencionado no título, foi nesta associação de turismo que decorreu o estágio e onde foram elaborados diversos trabalhos e colaborações pertinentes para este relatório, assim como para um melhor futuro profissional.

2.1. Apresentação da Instituição Acolhedora;

O estágio foi realizado na Associação de Turismo do Porto (ATP), uma organização fundada em 1995 com o principal objetivo de desenvolver a atividade turística do Porto e do Norte de Portugal. Esta instituição promove a região do Porto e Norte como destino turístico e cria vários produtos turísticos da cidade do Porto, como brochuras institucionais sobre Museus, restaurantes, os Caminhos de Santiago e outros tópicos, roteiros que servem para apresentar aos turistas ideias do que visitar, apresentações sobre vários temas relacionados com a ATP, o cartão Porto.CARD, e muitos outros conteúdos essenciais para o setor do turismo da cidade do Porto.

Segundo o website da Associação de Turismo do Porto e Norte de Portugal (TPNP)¹, esta instituição está sempre dentro do desenvolvimento do setor turístico, estando constantemente a melhorar a qualidade das suas organizações e agentes de modo a mostrar e garantir a confiança de todos. Tem a visão de colocar a associação como uma “organização sólida na aplicação das melhores práticas e no trabalho em rede, com força necessária para ser reconhecida como entidade de excelência na promoção turística da região norte” (Associação de Turismo do Porto e Norte, 2022). Trabalham com as quatro regiões do Norte, o Porto, o Minho, o Douro e os Trás-os-Montes, e o seu papel é divulgar da melhor forma o que o Norte tem para oferecer de melhor.

No caso específico da cidade do Porto, estes trabalham com três postos de trabalhos principais: O Porto Welcome Center (PWC); o Posto da Sé; e o IPoint Aliados. O estágio decorreu nos dois primeiros postos mencionados. No Posto da Sé encontra-

¹ <https://www.portocvb.com/>

se a zona de *back office*, onde se passou maior parte do tempo do estágio. É aqui que os colaboradores da ATP realizam o atendimento telefónico, onde respondem aos chats que vêm do website Visit Porto² e aos emails, e também onde trabalham com a venda online do cartão Porto.CARD, tendo o trabalho de reservar cartões para quando os turistas chegarem ao destino ou de envio todo o tipo de conteúdo requisitado por correio. Tanto neste como no PWC ocorre o atendimento ao público, onde ajudam os turistas com as dúvidas que têm, onde reservam e vendem bilhetes para atrações ou atividades turísticas, onde vendem merchandising ou o Porto,CARD, entre muitas outras coisas.

São então estes os locais de trabalho da ATP e onde realizei o estágio, tendo experienciado um pouco de tudo que mencionei.

2.2. Principais objetivos do estágio

O principal objetivo deste estágio consistiu na criação de conteúdo turístico e na tradução dos mesmos, assim aprofundando os conhecimentos linguísticos adquiridos no mestrado. A criação de conteúdo multilíngue é essencial para este setor, principalmente se houver falta desses mesmos em línguas para além dos quatro idiomas de trabalho habituais: português, inglês, francês e espanhol. Seguindo isto, um outro objetivo alcançado foi a criação de conteúdo para inglês, espanhol e, uma língua menos utilizada, o italiano. Isto possibilitou à associação acrescentar mais conteúdo linguístico do que já tinham incluído. Igualmente, enquadra-se aqui o objetivo de pesquisa e estudo dos principais tópicos e atrações dentro do turismo do Porto e da região Norte do país, assim ganhando um maior conhecimento de modo a criar textos e traduções mais viáveis. Sob a supervisão da minha supervisora de estágio, Tatiana Lopes, criei diversos textos e traduções com qualidade e essenciais para o setor do turismo. Adicionalmente, o objetivo fulcral deste relatório é mostrar as competências adquiridas durante o estágio e o conteúdo que foi criado.

A ATP acolheu-me da melhor forma possível ao ajudar-me a criar conteúdo turístico e tradutológico enquadrado na minha área de especialidade. Então, após estabelecidos os objetivos do estágio, o meu papel como estagiária consistiu em:

² <https://visitporto.travel/pt-PT/home#/>

conhecer a cidade do Porto e as múltiplas atrações e atividades que tem para oferecer no âmbito turístico; conhecer a equipa e qual o seu papel dentro do setor do turismo; produzir conteúdo turístico coerente e viável aos olhos dos turistas; fornecer a todos os clientes do posto a informação necessária e correta.

Em suma, é possível verificar ao longo do relatório a aquisição destas competências e as metas que foram atingidas.

3. Contextualização Teórica

Neste capítulo irão ser introduzidos alguns conceitos e informações sobre o tema em estudo, o turismo. Começamos por definir o conceito de turismo e a sua evolução ao longo dos anos, juntamente com dados estatísticos deste setor nos últimos quatro anos, isto é, de 2019 até agora. Para complementar serão incluídos os diferentes tipos de turismos existentes. Posteriormente será exposto mais detalhadamente o impacto do turismo em Portugal na região Norte, juntamente dos seus dados estatísticos dos últimos anos. Como o estágio decorreu na do Porto, é também realizada uma análise mais aprofundada da imagem da cidade do Porto e da região Norte de Portugal.

Numa segunda parte, passamos para a interação turística e as suas vertentes: a comunicação, a criação de conteúdo e a tradução do mesmo. Para isso serão incluídos tópicos importantes como os tipos de textos turísticos, a linguagem turística, e as principais características da tradução, as diversas estratégias e os problemas que surgem no processo de tradução.

3.1. Turismo

Atualmente, o turismo é um dos setores mais importantes para o desenvolvimento económico e social de um país, sendo Portugal um destino bastante escolhido por outras populações europeias. Dentro deste podemos enquadrar diversos conceitos e atividades que são possíveis experimentar; contudo, é necessário entendermos o que é verdadeiramente o turismo.

3.1.1. O que é o Turismo?

Historicamente falando, o conceito de “Turismo” já é bastante antigo, tendo evoluído desde o tempo dos romanos até à época dos Descobrimentos, com o desejo de deslocação e conhecimento de novos lugares, chegando até aos dias de hoje.

A verdadeira história do turismo começa no início do século XX, com o surgimento da primeira definição de turismo em 1910 por Hermann Von Schullern. Este afirma que o turismo é “o conjunto de todos os fenómenos, em primeiro lugar de ordem

económica, que se produzem pela chegada, estada e partida de viajantes numa comuna, província em um estado determinado e, por consequência estão diretamente ligadas entre eles” (Beni, 2001, como citado em Martins, 2019, p. 7).

Na década de 40, Hunziker e Krapf definiram turismo como sendo “a soma dos fenómenos e relações que surgem das viagens e estadias dos residentes, na medida em que não estejam ligados a uma residência permanente ou a uma atividade paga” (Martins, 2019, p. 4). Em 1954, a Convenção das Nações Unidas tenta também definir “turista”:

Toda pessoa, sem distinção de raça, sexo, língua e religião, que ingresse no território de uma localidade diversa daquela que tem residência habitual e nele permaneça pelo prazo mínimo de 24 horas e máximo de seis meses, no transcorrer de um período de 12 meses, com finalidade de turismo, recreio, esporte, saúde, motivos familiares, estudos, peregrinações religiosas ou negócios, mas sem propósito de imigração (como citado em Martins, 2019, p. 7).

Podemos ver aqui que o conceito de turismo começa a crescer substancialmente e a sofrer alterações ao longo dos anos. Foi principalmente após a 2ª Guerra Mundial, em 1950, que o turismo começou a crescer devido ao surgimento de transportes aéreos que possibilitava um maior movimento de pessoas (Machado, 2013, como citado em Gomes, 2020, p. 21).

Na década de 80, Burkart e Medlink definiram turismo como “um deslocamento que as pessoas realizavam para fora do seu local de residência ou trabalho e as atividades ali praticadas, por um curto período” (como citado em Martins, 2019, p. 4). Nos dias de hoje, o conceito de turismo mudou bastante, sendo que passamos a tempos de maior prosperidade e segurança para viajar. A OMT, a Organização Mundial do Turismo, em 2008, a OMT define o conceito de turismo juntamente com os termos “cultura” e “prazer”: “(...) *tourism is a social, cultural and economic phenomenon related to the movement of people to places outside their usual place of residence, pleasure being the usual motivation.*” (como citado em Rodrigues, 2018, p. 13)

Atualmente, temos acesso a tantas definições de turismo que nos permitem realizar viagens de diferentes tipos e com diferentes atividades. Contudo, o aspecto mais importante do turismo é a atratividade, isto é, o que é que cada país faz para receberem muitos turistas todos os anos. Existem diferentes maneiras de atrair os turistas, uma delas sendo a existência de pacotes turísticos é algo que leva muitos turistas a visitar outros países, a sua oferta de atividades e conforto total. (Martins, 2019, p.6)

Existem diversos fatores que atraem um turista a visitar um país, desde lazer, ao clima e a outros motivos pessoais. De acordo com Silva (2013), são consideradas quatro opções para escolher o destino que um turista deseja visitar:

Atrações Naturais – exemplos: parques de reservas naturais, praias, ecoturismo;

Edificações que, em princípio, não foram feitas pensando em turismo – por exemplo, igrejas, edifícios industriais e até mesmo ruínas (Petra, Jordânia)

Edifícios construídos com o intuito de ser atração turística – exemplos: salas de espetáculo, parques temáticos, museus, centros científicos, entre outros;

Eventos e festivais – exemplos: feiras medievais, Oktoberfest, formula 1, concertos, conferencias, entre outros (como citado em Martins, 2019, p. 5).

São estes componentes que atraem visitantes e fazem a economia de cada país crescer. Para isso, é necessário também criar conteúdos e produtos turísticos que apelem às pessoas a visitar um certo local, principalmente a existência de materiais de disseminação de um certo destino turístico. Existem três fatores fundamentais que contribuem para este crescimento:

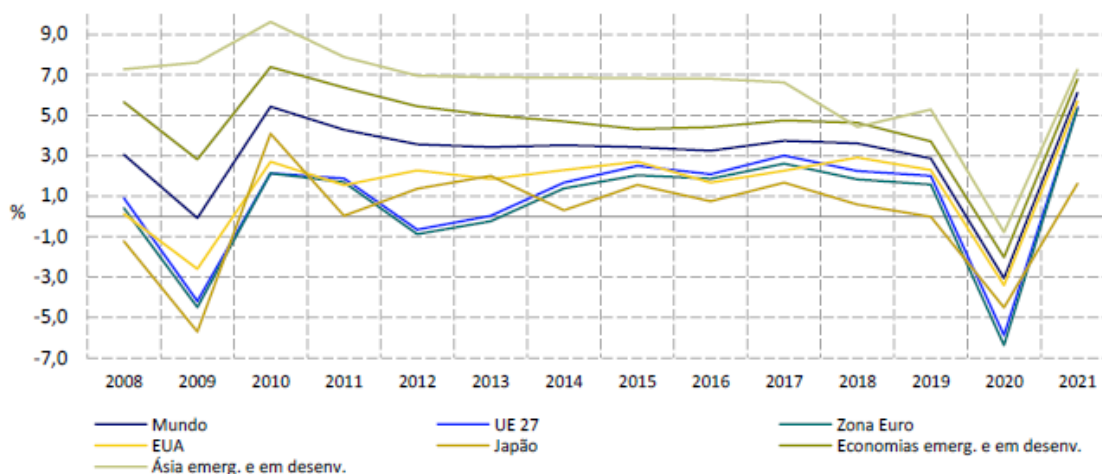
(...) (1) o dinamismo da economia mundial, que assistiu à emergência de novas potências económicas enquanto os países industrializados continuaram a apresentar um crescimento significativo e, conseqüentemente, lucros crescentes; (2) o desenvolvimento de novos e mais baratos meios de transporte; e (3) a utilização intensiva das Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC's) no Turismo e o seu impacto nas cadeias de criação de valor (OECD, 2010, como citado em Coutinho, 2012, p. 4).

Para além destes, Kotler et al. (2005) afirma ainda que o turismo beneficia na criação de emprego em hotéis, restaurantes, no comércio e transporte, assim gerando receitas estatais e locais através de impostos de vários tipos, como, por exemplo, as taxas de entradas nos países ou nos bilhetes de avião (Coutinho, 2012, p. 7)

Isto fez com que a competitividade dos diferentes destinos turísticos crescesse, tanto na oferta de produtos como na procura. Deste modo, cada país começou a explorar e a utilizar as tendências atuais mais adequadas para melhorar ainda mais o seu turismo, alguns exemplos sendo a sustentabilidade, a tecnologia, o ambientalismo e, em geral, a crescente globalização do mundo que permite adicionar sempre mais algum aspeto.

Ao longo dos anos, principalmente a partir do início do novo século, o setor do turismo começou a crescer gradualmente. Como é possível ver no gráfico abaixo, o Produto Interno Bruto (PIB) do mundo e das suas principais regiões tem vindo a desenvolver-se:

Figura 1: Taxa de crescimento do PIB, 2008-2021



Fonte: (INE, 2022, p. 16)

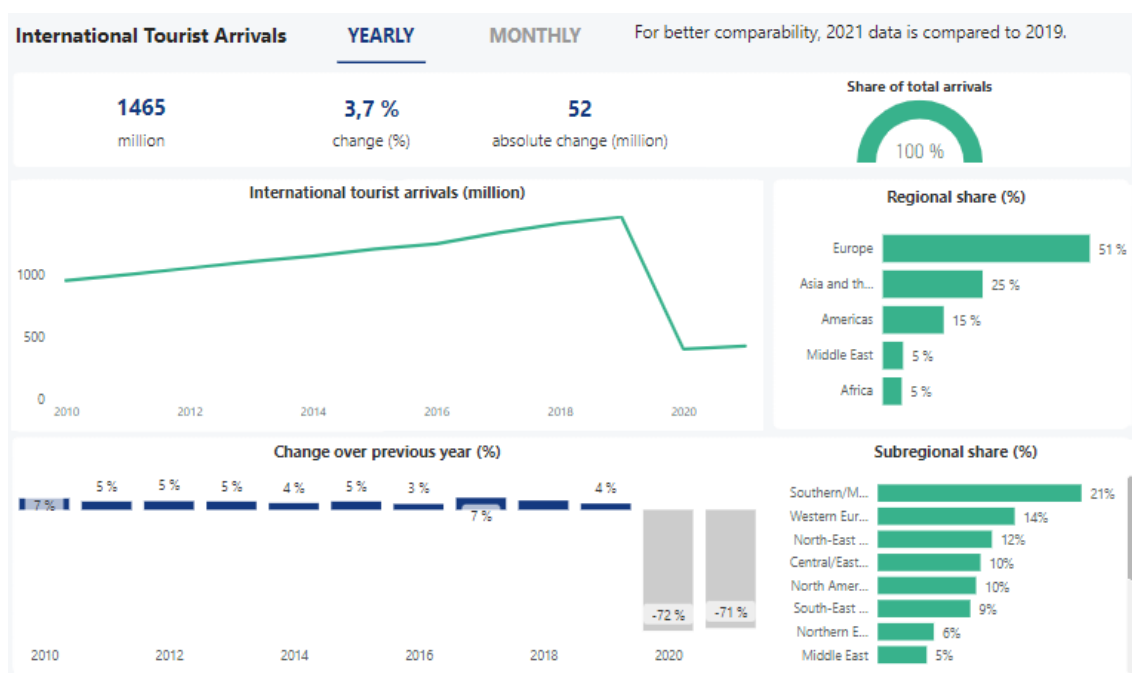
Podemos confirmar que existem algumas descidas no PIB em alguns anos anteriores; no entanto, em geral este manteve-se dentro da média habitual, com exceção do ano de 2020 que sofreu um decréscimo acentuado devido à pandemia do Covid-19. Este vírus perturbou completamente o setor de turismo, tendo causado efeitos negativos que ficarão marcados para sempre. A OMT³ afirma que este foi o pior ano desde sempre para o setor turístico, tendo trazido dificuldades para a economia mundial.

Segundo o Instituto Nacional de Estatísticas (INE)⁴, o ano de 2019 registou aumentos bastantes favoráveis para a economia, tendo o PIB aumentado 2,9% em comparação com 2018. Em termos de dormidas também houve um aumento de 3,8%, tendo recebido por volta de 1,5 mil milhões de turistas. (2020, p. 15)

³ <https://www.unwto.org/>

⁴ https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_main

Figura 2: Chegadas de turistas internacionais no mundo inteiro



Fonte: (Organização Mundial de Turismo, 2022a)

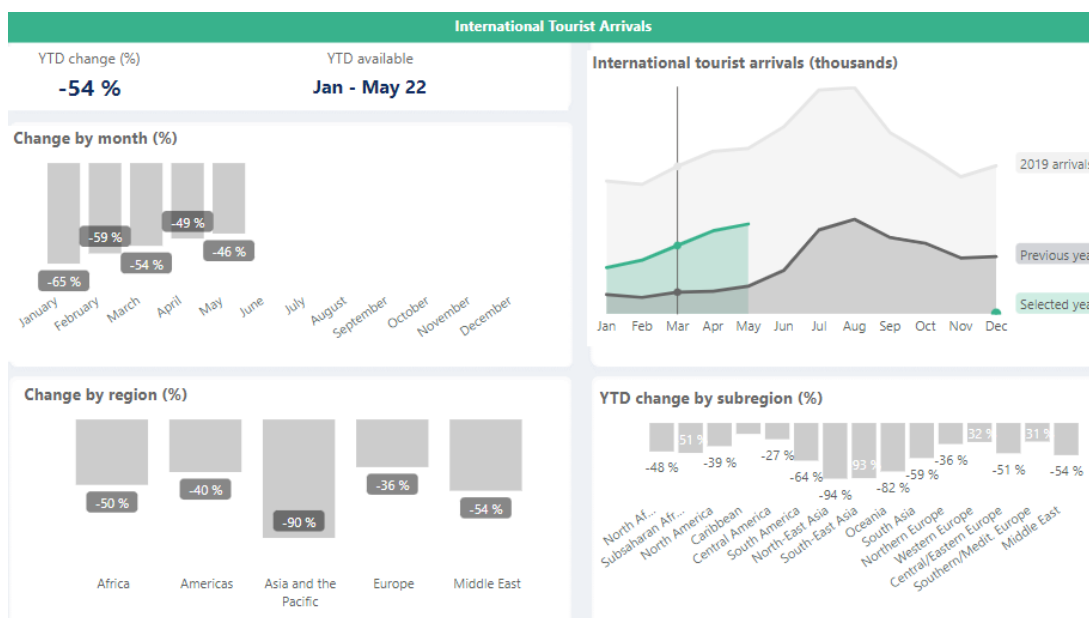
É possível observar no gráfico acima uma subida nas chegadas de turistas internacionais ao longo dos anos, sendo o ano de 2019 o melhor de todos os tempos. Para 2020, tinha sido previsto um aumento dos números depois deste ano bastante produtivo; todavia, o contrário aconteceu. Com o surgimento desta pandemia, o turismo sofreu bastante, assim como a economia de cada país, com a diminuição dos valores que passaram a ser negativos.

No início da segunda década do século XXI, o mundo inteiro parou completamente e fomos obrigados a ficar confinados nas nossas próprias casas sem poder sair, a não ser para ir ao supermercado. No primeiro mês do ano, a percentagem de chegadas de turistas manteve-se o mesmo que no ano anterior; todavia, a partir desse momento o número começou a descer acentuadamente, tendo este sido o pior ano de todos os tempos para o turismo. O PIB ficou com menos de 3,3% em relação a 2019, notando-se nas principais economias mundiais variações negativas. (INE, 2021, p. 15). Foi possível registar uma diferença negativa de 71% comparativamente a 2019, com somente 394 milhões de chegadas.

Segundo o Turismo de Portugal (2022), em 2021 houve uma recuperação de 4% em relação a 2020, mas permaneceu nos negativos 72% em relação a 2019. Neste ano, os destinos mundiais receberam menos de mil milhões de chegadas internacionais que em 2019, com somente 429 milhões de chegadas de estrangeiros, isto devido às novas variantes que surgiram e ao confinamento obrigatório em alguns países. Contudo, podemos verificar uma melhoria ligeira de um ano para o outro, principalmente no PIB mundial que recuperou 6,1% face a 2020. (INE, 2022, p. 16).

Correntemente, estamos no ano de 2022, ainda só existindo estatísticas e percentagens para os primeiros cinco meses do ano.

Figura 3: Chegadas de turistas internacionais no mundo todo, janeiro a maio de 2022



Fonte: (Organização Mundial de Turismo, 2022b)

Esta figura mostra então os primeiros meses de 2022, estando neste momento com -54% comparativamente com 2019. Não existindo dados sobre a segunda metade do ano, é difícil afirmar se foi um ano melhor que o anterior; no entanto, como podemos observar no gráfico, a linha verde, que representa 2022, está com uma percentagem maior do que a linha preta, que representa 2021, demonstrando que já se nota uma melhoria. Sendo que os dados de julho e agosto, os meses que comprovam ter mais deslocações turísticas por motivos de férias, ainda não se pode

comparar os números; contudo, sabemos que neste ano houve uma melhoria relativamente à pandemia do coronavírus, pois foram levantadas várias restrições, incluindo o uso compulsivo de máscara e a permissão de saída e entrada dos países. Prevê-se então, uma crescente melhoria no setor de turismo, voltando a trazer várias vantagens para a economia mundial que está com bastante necessidade.

Em suma, podemos afirmar que o turismo é fundamental para a economia de um país e que é uma das atividades que nunca irá ser abandonada. Cada vez mais se vê o seu crescimento, com exceção dos anos de 2020 e 2021, mas que felizmente está novamente a crescer. Com isto, é importante falar também sobre as vertentes do turismo, isto é, o que é que faz um turista querer visitar um certo local. Assim, passamos para o próximo ponto onde irão ser expostos os diferentes tipos de turismo.

3.1.2. Tipos de Turismo

O turismo é classificado a partir de diversos denominadores e, partindo desses, o turismo pode dividir-se em “(...) doméstico ou *interno* (quando residentes se deslocam apenas dentro do seu país), *recetor* (quando residentes de um país recebem viajantes de um ou mais países), e *emissor* (residentes de um país que visitam outro)” (Bernardo, 2013, p. 17). Dentro destes denominadores existem diferentes categorias que determinam que tipo de atividades estão incluídas e que locais irão ser visitados. São estas classificações que mostram ao turista o que é possível fazer e a partir daí escolher o destino e as atividades onde quer participar. Segundo Martins (2019), “Esta maneira de classificar os turistas tem como finalidade conhecer as suas peculiaridades e expectativas de consumo, com base nessa informação é possível saber com uma maior exatidão o que oferecer a cada um dos grupos que formam os chamados segmentos de mercado.” Cada uma destas categorias ramifica-se em diversas modalidades, dependendo de particularidades dos turistas e das atividades em que participam (p.8-9).

Existem diversos autores que dividem as categorias do turismo de diferentes maneiras, um deles foi Castro, no seu livro *Elementos de Turismo: Teoría, Clasificación Y Actividad*, lançado em 2010. Este contém a classificação dos tipos de turismo:

Tabela 1: Tipos de Turismo

Turismo Cultural	“Se le llama turismo cultural a los viajes que se realizan con el fin de disfrutar y conocer aquellos lugares donde el arte y la cultura se manifiestan notoriamente y por encima de otros recursos turísticos.”
Turismo Deportivo	“Quienes viajan dentro de esta modalidad lo hacen motivados por tres circunstancias principales: participar como espectadores de eventos deportivos; disfrutar, aprender o practicar alguna actividad deportiva; participar en competiciones deportivas.”
Turismo de placer	Esta modalidad es muy heterogénea, pues incluye multitud de intereses que generan los desplazamientos turísticos con el fin de recrearse. (...) Su motivación principal es el deseo de divertirse y disfrutar a plenitud lo que se hace.”
Turismo de salud	“Este tipo de turismo lo practican las personas que viajan a un destino caracterizado por sus especiales condiciones y ventajas para el descanso y la recuperación, o para recibir un tratamiento o intervención quirúrgica que mejore las deficiencias físicas, estéticas o de salud en general que les aquejan.”
Turismo de negocios	“Son los viajes emprendidos para realizar gestiones o labores propias de la empresa en otro lugar diferente al de residencia.”
Turismo naturalista	“Este tipo de turismo es el realizado por las personas que se sienten atraídas o

	motivadas para conhecer, disfrutar o estudiar un recurso natural singular o característico de un destino.
Turismo Sostenible	“El turismo sostenible abarca, en principio y de manera principal, el turismo de naturaleza (suave y fuerte), el ecoturismo, el agroecoturismo y el turismo rural.”

Fonte: (como citado em Martins, 2019, p. 9)

O turismo está então classificado em sete categorias diferentes: turismo cultural, turismo desportivo, turismo de prazer, turismo de saúde, turismo de negócio, turismo naturalista e turismo sustentável. O turismo cultural centra-se numa visita para descobrir a história, arte e cultura de um local; o turismo desportivo, como o nome diz, é quando se deslocam para outro país de modo a participar numa competição ou aprender algum desporto; o turismo de prazer envolve atividades onde um turista simplesmente pode desfrutar daquilo que aprecia e assim descontrair; o turismo de saúde é realizado por turistas que querem descansar e recuperar ou para realizar algum tipo de cirurgia; o turismo de negócio normalmente envolve um deslocamento por motivos de trabalho e gestão; o turismo de natureza consiste no conhecimento e estudo de um recurso natural; e, por fim, o turismo sustentável é para pessoas que gostam da parte mais rural de uma cidade, como o ecoturismo ou o agroturismo.

Como podemos ver, o turismo hoje em dia tem uma vasta oferta que contempla diferentes áreas dentro do mesmo. Para além dos tipos de turismo mencionados acima, existem muitos mais que foram criados na atualidade: o Turismo em Espaço Rural, o Turismo de Idioma, o Turismo Itinerante, o Turismo Residencial de Longa Duração, Turismo de Mar e de Rio, Turismo Escolar e Científico, Turismo de Jogo e Diversão, Turismo de Aventura, Turismo ligado à gastronomia, Turismo Sénior, Dark Tourism, Turismo Pink, entre muitos outros (Rodrigues, 2018, p.23) Estes são menos conhecidos, mas praticados por muitos turistas.

Outro tipo de turismo que deve ser mencionado e que está constantemente a crescer é o Turismo Acessível. De acordo com Darcy (2006), este é um processo que proporciona acesso independente, em igualdade de condições e com dignidade às pessoas com incapacidade ao criarem produtos, serviços e ambientes que são universais a todos (como citado em Vasconcelos, 2015, p. 11). Devile (2009) afirma que este conceito “reconhece que qualquer pessoa deve poder usar os equipamentos e serviços turísticos e que é necessário proporcionar uma oferta de serviços e atividades orientada para os gostos e preferências de pessoas que tenham um conjunto de limitações a que podem corresponder necessidades e exigências diferentes de outros segmentos da procura” (p. 40).

Este é um conceito especialmente dirigido a pessoas com incapacidades físicas, sensoriais, mentais ou crónicas, assim como pode incluir pessoas que sofrem temporariamente os efeitos de algum acidente, pais com carrinhos de bebés, turistas com bagagem pesada e famílias acompanhadas por crianças ou idosos. Para ser possível fornecer a estas pessoas a devida atenção e ajudar com os seus requerimentos é necessário haver o que é conhecido como Acessibilidade, isto é, devem ser criadas ofertas turísticas que possam ser usufruídas por todos de forma simples, intuitiva e apelativa. Devem então ser incluídos nesses produtos parâmetros de acessibilidade em diversas dimensões: mobilidade, visão, audição e cognitivas. Não devem existir quaisquer barreiras arquitetónicas e não devem excluir material cognitivo ou sensorial que possibilita aos turistas com deficiência desfrutar de umas férias divertidas e relaxadas, tendo a mesma experiência como todos os turistas. Consequentemente, estes produtos ajudam na melhoria da economia e permitem a sua divulgação, fazendo mais pessoas quererem visitar e retornar (Devile, 2009, p. 40-43).

Em Portugal, muitos destes tipos de turismo são utilizados para criar produtos turísticos próprios da região, oferecendo aos turistas diferentes atividades para fazer e locais para visitar. O propósito do próximo ponto é discutir o turismo nacional, os seus principais aspetos e os produtos que têm a oferecer.

3.1.3. Turismo em Portugal

Como já foi anteriormente mencionado, o Turismo é conhecido por ser o setor com maior poder económico no mundo, inclusive em Portugal. O nosso país é bastante procurado para passar férias devido à sua localização geográfica, ao seu clima ameno, à sua riqueza histórica e cultural; assim como aos seus vários produtos turísticos. Para além destas características, o turismo em Portugal “representa 14% do total das exportações, mais de 9% do Produto Interno Bruto (PIB) e é responsável por 8% do emprego total da economia nacional (...)” (World Travel and Tourism Council, 2012, como citado em Coutinho, 2012, p. 24)

De acordo com o *Turismo de Portugal*⁵ e a OMT, Portugal é um dos países que viu crescer o número de turistas e atividades turísticas desde que se juntou à OMT em 1976. (Turismo de Portugal, 2022). Devido à pandemia do Covid-19, este número desceu, como em todos os outros países no mundo; no entanto, continua a ser um dos destinos preferidos por muitos turistas.

Uma das zonas com maior crescimento nos dias de hoje é o norte do país, principalmente as cidades maiores e mais conhecidas. Segundo o website do Turismo do Porto e Norte de Portugal⁶, este é “Responsável pela valorização e o desenvolvimento das potencialidades turísticas da respetiva área regional de turismo, a promoção interna e o mercado alargado dos destinos turísticos regionais, bem como a gestão integrada dos destinos no quadro do desenvolvimento turístico regional, (...)” (2022).

Atualmente, o turismo tornou-se numa das atividades mais importantes e essenciais para as economias nacionais do século XXI, afetando uma região a nível social, cultural e também no seu desenvolvimento. (Cunha, 2013, como citado em Martins et al., 2021, p. 756)

No início do século, foi criada a estrutura orgânica do Turismo de Portugal que se tornou responsável pela promoção, valorização e sustentabilidade da atividade turística. Igualmente tem o objetivo de “qualificar e desenvolver as infraestruturas turísticas; desenvolver a formação de recursos humanos; apoiar o investimento no

⁵ <http://www.turismodeportugal.pt/pt/Paginas/homepage.aspx>

⁶ <http://www.portoenorte.pt/pt/>

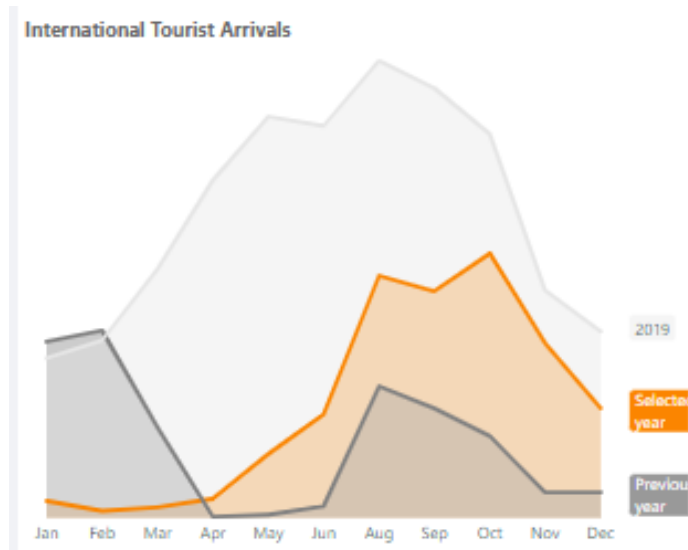
setor, coordenar a promoção interna e externa de Portugal como destino turístico; e regular e fiscalizar os jogos de fortuna e azar.” (Turismo de Portugal, 2017, como citado em Martins et al., 2021, p. 756).

Foi então a partir deste momento que começaram a reestruturar as regiões portuguesas de modo a simplificar o mesmo do ponto vista turístico. Foi então em 2008 que esta instituição decidiu reestruturar as entidades públicas regionais através do Decreto – Lei nº 16/2008 de forma a “estabelecer uma melhor articulação e cooperação entre o organismo central, o Turismo de Portugal, I. P., e as regiões do país visto que uma “articulação”, para que seja coerente e consistente, não poderia realizar-se com um número demasiado vasto de interlocutores regionais e locais, (...)”. Em 2013, sai a Lei nº 33/2013 que estabelece a delimitação e características das áreas regionais de turismo, assim como o seu funcionamento e organização (Martins et al., 2021, p. 757). Foram então divididas cinco regiões diferentes, denominadas como NUTS II: Norte, Centro, Lisboa e Vale do Tejo, Alentejo, Algarve. (Martins, 2017, com citado em Martins et al., 2021, p. 757). Estas foram criadas para a valorização e disseminação da cultura regional do país. Um deles é a Entidade Regional de Turismo do Porto e Norte de Portugal, a região que irá ser estudada neste relatório.

Segundo o Plano Estratégico Nacional de Turismo (2011), os dez produtos turísticos estratégicos que foram escolhidos para demonstrar o potencial de Portugal são: o sol e o mar; o turismo de Natureza; o Turismo Náutico; os Resorts Integrados e o Turismo Residencial; o Turismo de Negócios; a saúde e Bem-estar; o Touring Cultural e Paisagístico; os City Breaks; o Golfe; e a Gastronomia e Vinhos.

Mais uma vez, é importante mencionar neste ponto as estatísticas principais sobre o turismo, principalmente as do ano de 2020. Comparando a 2019, um dos melhores anos para o turismo português, o ano da pandemia não trouxe quase nenhum turista por motivos de confinamento e de cancelamento de viagens.

Figura 4: Chegadas de Turistas Internacionais e Portugal



Fonte: (Organização Mundial de Turismo, 2022b)

Em 2019, o PIB mundial aumentou 2,2% face a 2018 e as dormidas subiram 4,3 %, recebendo no total 77,8 milhões de turistas. No que toca aos turistas internacionais que visitaram Portugal, o valor subiu para 24,6 milhões, sendo a nacionalidade mais recorrente a espanhola (INE, 2020, p. 18-21). Pelo contrário, 2020 (linha laranja) recebeu somente 30,3 milhões de turistas, fazendo com que o PIB nacional decrescesse negativamente, com 7,6% em comparação ao ano anterior. O nosso país recebeu 6,5 milhões de turistas internacionais e por volta de 34,5% de residentes dos 4 milhões que realizaram viagens turísticas. A Espanha continua a ser o país que mais visita Portugal, seguindo da França, do Reino Unido e da Alemanha (INE, 2021, p. 18-49). Podemos então concluir que a diferença entre estes dois anos foi demasiado grande e negativa, continuando assim até 2021 (linha cinza-escura). Neste ano houve uma pequena melhoria no setor do turismo tendo recebido 42,6 milhões de turistas, sendo 9,6 milhões turistas estrangeiros. A subida foi pequena, mas ajudou para a recuperação do turismo, principalmente para o ano corrente de 2022 que trouxe muitos mais turistas devido ao levantamento das restrições do Covid-19 (INE, 2022, p. 19-22).

O ano de 2022 ainda só contém informação dos primeiros cinco meses do ano; todavia, é evidente que ocorreu e está a ocorrer uma crescente melhoria dentro do setor de turismo com a vinda do habitual número de turistas que Portugal recebe.

Segundo a OMT (2022), a percentagem de chegadas a Portugal nos primeiros meses do ano estava a -17%, notando-se já uma grande diferença positiva em relação aos dois anos anteriores.

Tabela 2: Número de dormidas em Portugal, junho de 2022

Localização geográfica (NUTS - 2013)	Dormidas (N.º) nos estabelecimentos de alojamento turístico por Localização geográfica (NUTS - 2013) e Tipo (alojamento turístico); Mensal
	Período de referência dos dados (1)
	Junho de 2022
	Tipo (alojamento turístico) (2)
	Total
Portugal	7167299
Continente	6064968
Norte	1111694
Centro	659400
Área Metropolitana de Lisboa	1750219
Alentejo	315847
Algarve	2227808
Região Autónoma dos Açores	278999
Região Autónoma dos Açores	278999
Região Autónoma da Madeira	823332
Região Autónoma da Madeira	823332

Fonte: Instituto Nacional de Estatísticas ⁷

A tabela acima mostra uma recente atualização do INE sobre o mês de junho de 2022, um dos meses de verão onde as pessoas começam a visitar novos locais para

⁷ INE - Dormidas (N.º) nos estabelecimentos de alojamento turístico por Localização geográfica (NUTS - 2013) e Tipo (alojamento turístico); Mensal

https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_indicadores&contecto=pi&indOcorrCod=0009808&selTab=tab0

passarem as suas férias. Somente neste mês o número de turistas foi de 7 milhões, com 6 milhões a visitar a região continental. Embora ainda não sabemos se este ano ultrapassou 2019, é possível afirmar que será um valor similar ao do mesmo.

Igualmente, é importante referir que a zona norte do país recebeu grande parte dos turistas, principalmente a cidade do Porto, a segunda cidade de Portugal com mais turismo. No próximo ponto irá ser analisado o turismo da cidade do Porto devido a ter sido frequentado como estagiária o Posto de Turismo da cidade. Aqui serão expostas as principais características da mesma sobre os turistas e atividades turísticas que oferecem.

3.1.4. Turismo do Porto e Norte

A cidade do Porto é a segunda maior cidade do país e um dos destinos europeus mais visitados. É uma cidade repleta de monumentos históricos, parques lindíssimos, ruas típicas e o magnífico rio Douro. Para além destes, a Invicta, que significa invencível, tem muito a oferecer, principalmente no setor do turismo.

Segundo o website da Câmara Municipal Do Porto⁸, a cidade do Porto tem diversas qualidades que chamam as pessoas para visitarem. Estas são consideradas os principais componentes que criam e estruturam a cidade: Ambiente, Cultura, Comércio e Turismo, Mobilidade, Educação, Juventude, Economia, Urbanismo, Património, Segurança, Ação Social. É uma cidade “amiga das crianças, amiga da juventude, educadora, europeia, inovadora e universitária” (Câmara Municipal do Porto, 2022a)

A cidade já recebeu diversos títulos, sendo um deles o “Melhor Destino Europeu” eleito em 2012, em 2014 e 2017. Sendo o Porto a segunda maior cidade do país, esta é também um dos destinos turísticos com constante crescimento turístico. Na última década, o Porto é um dos destinos turísticos mais atrativos da Europa que tem sido alvo de uma revitalização e renovação urbana que está a fazer renascer a economia ao criar projetos de índole internacional. Ligando estes aspetos ao Turismo, a sua “(...) qualidade patrimonial, arquitetónica e paisagística da cidade, e em particular do seu Centro Histórico, classificado como Património Mundial, constituem fatores de

⁸ <https://www.cm-porto.pt/>

atratividade, contribuindo para um crescente número de utilizadores e visitantes provenientes de todo o mundo” (Câmara Municipal do Porto, 2022b)

É um dos destinos mais concorridos devido à sua oferta turística vasta, entre elas estão as atrações culturais e históricas, o vinho e a gastronomia, os eventos culturais e desportivos, às baixas taxas de criminalidade, à animação noturna, aos hotéis, à restauração, ao aeroporto e companhias *low-cost*, à hospitalidade, ao centro histórico, aos espaços arquitetónicos e, por fim, devido ao facto de ser uma cidade relativamente económica (Moreira, 2019, p. 86). São estes aspetos todos que fazem a cidade do Porto tão famosa e tão visitada.

O Porto é bastante requisitado também por integrar a combinação entre dois segmentos importantes: “sol e mar” e cultura. Estes dois componentes chamam turistas à cidade e tornam o Porto mais famoso. Para além destes, o seu centro histórico atrai visitantes devido à sua riqueza arquitetónica, tendo sido classificado como Património Mundial pela Unesco em 1996. A cidade possuiu 24 museus e 95 monumentos, entre eles está a Casa da Música, as famosas Caves do Vinho do Porto, a Fundação de Serralves, o Palácio da Bolsa, a margem da Ribeira e muitos outros. (Coutinho, 2012, como citado em Bondarenko, 2018, p. 51)

A cidade do Porto, mais o Norte de Portugal, criou a Entidade Regional de Turismo do Porto e Norte de Portugal (TPNP), com sede em Viana do Castelo. Esta consiste numa “pessoa coletiva pública, de natureza associativa, com autonomia administrativa e financeira e com património próprio” (TPNP, 2016, como citado em Martins et al., 2021, p. 759).

Os principais objetivos desta associação são: a valorização e desenvolvimento das potencialidades turísticas de cada área regional, a promoção interna e do seu mercado alargado, e a gestão dos destinos integrada no quadro de desenvolvimento turístico regional. O Turismo do Porto e Norte de Portugal inclui na sua atuação “um diversificado e vasto leque de recursos naturais e patrimoniais, produtos únicos e marcas de grande qualidade, que constituem a oferta turística de um território singular, distribuída pelos seus quatro subdestinos – Porto, Douro, Minho e Trás-os-Montes.” (Martins et al., 2021, p. 759).

Para cada uma destas regiões existem produtos turísticos distintos que mostram o que cada uma destas tem para mostrar e oferecer. Nos diferentes locais apostam no desenvolvimento de atividades adequadas ao ambiente e recursos que contêm, assim proporcionando experiências únicas aos turistas. No quadro abaixo é possível verificar esses mesmos recursos, uns sendo produtos âncora e outros complementares:

Tabela 3: Produtos âncora e complementares da região Norte de Portugal

	Porto	Minho	Douro	Trás-os-Montes
Produtos âncora	- City e Short Breaks - Touring Cultural e Paisagístico - Turismo Náutico - Gastronomia e Vinhos - Negócios	- Natureza (turismo ativo) - Touring Cultural e Paisagístico - Turismo Religioso - Turismo Náutico - Gastronomia e Vinhos - Golfe	- Turismo Náutico (cruzeiros e passeios no Douro) - Gastronomia e Vinhos (quintas) - Touring Cultural e Paisagístico - Natureza	- Saúde e Bem-estar - Natureza - Touring Cultural e Paisagístico - Gastronomia e Vinhos
Produtos complementares	- Saúde e Bem-estar - Golfe - Sol e Mar - Natureza	- Saúde e Bem-estar - City e Short breaks - Sol e Mar	- Turismo Religioso Saúde e Bem-estar- Golfe Negócio	- Turismo Religioso - Golfe

Fonte: (TPNP, 2015, como citado em Martins et al., 2021, p. 759)

Todos estes são cruciais para o desenvolvimento do turismo, assim como para a divulgação das atividades que o Norte de Portugal tem para oferecer. É a partir destes produtos que um turista decide se visita ou não o Porto e Norte do país.

Como já mencionado, o ano de 2020 veio trazer muitas desvantagens para este setor, prejudicando imenso a economia do país. No entanto, é possível ver que nestes dois anos posteriores isto começou a melhorar, e até a ultrapassar anos anteriores.

Tabela 4: Número de dormidas na região Norte de Portugal, 2019-2021

Período de referência dos dados	Dormidas (N.º) nos estabelecimentos de alojamento turístico por Localização geográfica e Local de residência (País - lista reduzida); Anual (1)
	Localização geográfica (NUTS - 2013)
	Norte
	N.º Total
2021	6142067
2020	4366056
2019	10810712

Fonte: Instituto Nacional de Estatísticas⁹

Segundo este quadro acima, o ano de 2019 na região Norte foi muito bom para o turismo, tendo recebido por volta de 10 mil dormidas. Obviamente, no ano de 2020 esse número diminuiu drasticamente, recebendo somente 4 mil visitantes.

Mas o que prova verdadeiramente este aumento de visitantes são os números e percentagens retiradas da primeira metade no presente ano. Em 2022 houve um

⁹ Dormidas (N.º) nos estabelecimentos de alojamento turístico por Localização geográfica e Local de residência (País - lista reduzida); Anual (1)
https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_indicadores&contecto=pi&indOcorrCod=0009183&selTab=tab0

aumento de dormidas nesta região, tendo recebido 1 milhão de turistas em julho. Mais impressionante que isso, é que nesse mesmo mês foram ultrapassados os números do mês de julho de 2019, com um aumento de 14.9%. Especificamente na cidade do Porto, registaram-se 524 mil dormidas neste mês, com um crescimento de 11% comparativamente a 2019 (INE, 2022, p. 3-4).

Podemos então concluir, que o setor de turismo na região Norte de Portugal está a voltar ao que era anteriormente, continuando a crescer. Isto significa que a oferta turística continua a agradar os visitantes que aqui chegam e que pode ainda vir a melhorar bastante nos próximos meses de 2022. No ponto seguinte irá ser explicado o que faz com que alguns turistas queiram visitar a região e o que os fazem voltar sempre.

3.1.5. Características importantes do Turismo do Porto

Nos últimos tempos, principalmente no século XXI, tem-se notado uma tendência para tornar o turismo uma marca única à cidade ou país de forma a atrair mais pessoas a visitar um local. No Porto é possível evidenciar algumas características bastante importantes que criaram a imagem da cidade e que ajudam na constante melhoria das suas experiências turísticas.

Face ao número crescente de destinos turísticos, tem havido uma necessidade em estudar e compreender a importância da marca associada ao turismo, isto porque as entidades promotoras dos territórios passaram a perceber o quão importante é haver essa associação, indo de encontro aos desafios do mundo globalizado (Keller, 2003, como citado em Martins et al., 2021, p. 754).

Uma marca caracteriza-se por ser um símbolo que identifica e distingue uma empresa e os seus produtos de outra¹⁰. Isto é, a marca é uma característica essencial

¹⁰ Justiça – o que é uma marca?

<https://justica.gov.pt/Registos/Propriedade-Industrial/Marca/O-que-e-uma-marca>

para poder evidenciar e realçar uma empresa ou associação. Segundo Keller (2003), a marca assume um papel fundamental no que toca à simplificação da tomada de decisão e da prevenção de riscos perante aspetos económicos e sociais. Azoulay e Kapferer (2003), afirmam que a marca é uma referência dos juízos de valor que o cliente normalmente forma quando confrontado com os seus produtos, os colaboradores e a comunidade da marca em si (como citado por Martins et al., 2021, p. 754).

O conceito de marca já existe na área de marketing desde os anos 80, mas somente surgiu o termo ligado ao destino turístico no século XXI. (Martins et al., 2021, p. 755). Atualmente, o marketing tem sido bastante essencial para o turismo, nomeadamente para a hotelaria e a restauração. Segundo a Associação Americana de Marketing, define o Marketing como “a atividade que permite uma troca que satisfaz tanto o indivíduo (turista) como a organização (no caso do turismo, uma cidade e os seus habitantes) e, neste sentido, esta troca deve satisfazer as necessidades da cidade, mas também daqueles que nela vivem.” (como citado em Coutinho, 2012, p. 10). Isto é, através do Marketing da cidade e dos seus produtos e serviços é possível chamar os turistas para poderem conhecer a cidade e em troca a cidade recebe os benefícios de tê-los hospedados, a comer nos restaurantes e a participar em eventos turísticos. Para a estratégia de *marketing* funcionar, é necessário seguir as quatro características fulcrais de uma marca estabelecidas por Hall (2002):

(...) as marcas congregam quatro características: i) uma imagem clara e distinta; ii) um conjunto de associações relacionadas com a qualidade; iii) a habilidade de construir e proporcionar uma vantagem competitiva de médio e longo prazo, e iv) agrega algo mais importante do que um simples conjunto de atributos físicos. (como citado em Martins et al., 2021, p. 755)

Após estas características terem sido impostas, a área de turismo acolheu-as para poderem construir uma marca única e de forma a competirem com outros destinos turísticos mais famosos. Para Ritchie e Ritchie (1998), “a marca associada a um destino tem, por um lado a uma função de diferenciação e por outro enfatiza a ideia de

transmissão de uma experiência memorável e, se possível, exclusivamente disponível no destino em questão” (como citado em Martins et al., 2021, p. 756)

Todavia, é impossível criar uma definição singular, sendo que vários autores têm diferentes opiniões sobre este assunto. Assim cada destino turístico, a partir destas diversas características e aspetos de *branding*, criam a sua própria marca.

Como podemos ver pela tabela 3 no ponto anterior, o Turismo do Porto e Norte de Portugal (2015) utiliza uma estratégia de Marketing que mostra o destino como “cosmopolita e glamoroso, com história e tradição, com uma diversidade de recursos naturais e patrimoniais de referência mundial, com uma oferta gastronómica e vínica ímpar que se impõe ser experienciado num ambiente de evasão absoluta ou de entretenimento constante” (como citado em Martins et al., 2021, p. 759)

Especificamente na cidade do Porto, existe uma marca própria que serve como imagem da Invicta.

Figura 5: Logótipo do Porto



Fonte: Câmara Municipal do Porto

A marca principal da cidade é o símbolo “Porto.”, imagem e identidade corporativa da autarquia e das suas empresas municipais, de acordo com a Câmara Municipal do Porto. Esta foi criada no dia 29 de setembro de 2014 e já recebeu diversos prémios internacionais. Atualmente, este logótipo é visto como um *case study* de sucesso em marcas de cidade.

Este símbolo foi escolhido para a cidade tendo em mente que a palavra “Porto” seria suficiente para mostrar a verdadeira imagem da cidade. Isto é, a imagem e a palavra sobrepõem-se, tornando-se uma só entidade. No website da Câmara Municipal afirmam: “Porque a marca é um elemento estratégico de afirmação, quisemos uma imagem sem prazo de validade, que não configurasse uma proposta de regime, nem ficasse refém de um executivo autárquico com a sua assinatura própria, mas tivesse para lá dos calendários e dos ciclos conjunturais. Porto, ponto. É indiscutível, incontornável, incomparável.”

Já o logótipo que representa o Porto e Norte inclui umas características um pouco diferentes, focando-se nos produtos que representam.

Figura 6: Logótipo do Turismo do Porto e Norte de Portugal



Fonte: Turismo do Porto e Norte de Portugal

Este logótipo contém o símbolo “TEM” que representa o símbolo distintivo da região que demonstra a particularidade da sua oferta (Carvalho, 2015, como citado em Martins et al., 2021, p. 760). Igualmente, inclui uma barra debaixo das letras “Porto e Norte” que identifica os diversos produtos que têm para oferecer através da representação por cores: turismo de negócios (azul-claro); turismo urbano (laranja); gastronomia (vermelho); turismo de natureza (verde); turismo religioso (roxo); touring cultural e paisagístico (amarelo); saúde e bem-estar (azul).

Para além dos logótipos e as imagens que querem passar, os postos de turismo à volta das cidades são bastante importantes para passar esta informação aos turistas. No caso do Porto, e onde o estágio foi realizado, existem três postos principais: o PWC, o Posto da Sé, em frente à Catedral, e o IPoint Aliados. Na época alta, de junho a setembro, abrem mais dois postos para acomodar os visitantes, sendo estes os IPoints da Ribeira e de Campanhã. São estes postos de turismo que transmitem e criam esta marca única da cidade.

A ATP inclui também um produto turístico fundamental para a sua imagem que é transmitida aos turistas, o Porto.CARD. Este é um cartão de descontos que permite a entrada gratuita ou com descontos em mais de 150 atrações turísticas à volta da cidade, dando a oportunidade aos turistas que a visitam de, não só usufruírem de bons descontos para poupar dinheiro, como também terem acesso a todas as ofertas que o Porto tem. Assim a marca do Porto é difundida, persuadindo cada vez mais turistas a visitarem.

Para concluir, podemos observar que a marca turística de uma cidade é bastante importante para a sua divulgação e desenvolvimento, bem como é essencial para cativar os múltiplos visitantes de uma cidade. No próximo capítulo será aprofundada esta ideia de marca ao apresentar todas as tarefas realizadas no estágio que contribuíram para o crescimento da marca “Porto.” e que ajudaram os turistas interessados.

3.2. Interação Turística

Neste ponto do segundo capítulo, irão ser expostos os diferentes tipos de meios e tipologias existentes no turismo e direcionados ao público-alvo que quer visitar um certo local.

3.2.1. Comunicação Turística

A comunicação turística consiste de diversos componentes e áreas de especialidade, isto é, abrange uma comunicação de qualquer natureza e contém um

nível de complexidade alto no que toca às relações de turismo. Segundo Baldissera (2010), esta comunicação caracteriza-se por:

(...) promover e propagar ideias, persuadir e seduzir visando o consumo de um produto/serviço; informar (os diferentes públicos de interesse, tais como: a imprensa, o poder público, a iniciativa privada, os turistas reais e potenciais e a comunidade); formar (ações de comunicação que visam o desenvolvimento/qualificação de pessoas para atuarem na área ou servirem de suporte para a área); qualificar os relacionamentos e predispor a ações de colaboração: visar o comprometimento das pessoas; sensibilizar/conscientizar (exemplos das diferentes campanhas de sensibilização para o turismo e para a necessidade preservação/conservação dos patrimónios natural e histórico-cultural) (p. 12).

No âmbito do turismo, as ações de apresentação, informação e promoção são as mais evidentes e as que existem já desde há muito tempo. De acordo com Voisin (2006), “o turismo “vende” cidades, sítios e produtos específicos, então é imperativo comunicar, de forma mais atraente e eficaz possível a fim de aumentar a clientela” (p. 102). Para além desta sua marca de marketing, a comunicação turística envolve e explora a imagem de um local, que o identifica, e a memória coletiva de uma comunidade, assim apresentando aos turistas a sua cultura. Assim temos dois grandes participantes no setor do turismo: em primeiro estão os organismos oficiais de turismo, os emissores, e em segundo os turistas atuais e potenciais, os recetores. Perroy e Frustier (1998) mostraram uma imagem pragmática sobre os instrumentos utilizados na comunicação turística, apresentando três linhas diferentes: a comunicação interna, que se divulga a nível local, a comunicação externa, ligada aos profissionais da área, e a comunicação mediatizada, que envolve a publicidade e a imprensa (como citado em Voisin, 2006, p. 105-106)

Podemos concluir que existem diferentes tipos e recursos de comunicação turística, sendo os mais predominantes os informativos e os publicitários. A comunicação realizada com os turistas que visitam ou querem visitar um novo país pode ser realizada a partir de diversos meios: através de websites na internet e redes sociais, desde sites de hotéis, museus, ou até os próprios postos de turismo, através de correio eletrónico ou contacto telefónico, através de brochuras, panfletos ou guias, e, por fim, falando com os turistas cara a cara quando eles visitam o posto de turismo de um país.

3.2.2. Criação de Conteúdos Turístico

Neste ponto será discutida a criação de conteúdos turísticos, como, por exemplo, brochuras e roteiros. Para isso serão apresentados os tipos de textos turísticos que existem e as suas principais características, bem como será explicado o tipo de linguagem é tipicamente utilizada no âmbito do turismo.

3.2.2.1. Textos Turísticos

Um texto turístico é todo o texto dirigido ao público em geral que fornece informações de um local e recomenda a visita (Fisher, 1998, como citado em Martins, 2019, p. 15). Este mesmo autor acrescenta que “todos os textos turísticos são – em menor ou maior grau - textos publicitários e como tal operativos, (...). O grau de conteúdo informativo ou sugestivo depende da sua respetiva função perante o público” (como citado em Zanoletty, 2005, p. 173)

De acordo com Bakhtin (1992), existem diversos géneros textuais diferentes, dependendo do tipo de orientações e regras que têm de seguir para poderem ser identificados como um texto específico, ou seja, é necessário ter em atenção o conteúdo temático, o estilo e a forma composicional do texto (Giracca, 2013, p. 25)

Fischer (2004) criou uma lista de elementos que estão inseridos nos textos turísticos:

- a portada do folheto com o nome do museu, da cidade a ser visitada ou um slogan publicitário.
- o texto propriamente dito (com descrições, informações históricas, etc.).
- informações práticas (sobre horários, transportes, clima, etc.).
- as ilustrações que geralmente acompanham o texto em si, dependendo se é o caso de textos com finalidade principalmente publicitários.
- podem ser incluídos outros elementos como, por exemplo, mapas, plantas de edifícios, publicidade de outras empresas além da editora ou gráfica etc. (como citado em Giracca, 2013, p. 32)

Estes géneros textuais podem variar desde documentos para os especialistas do ramo, como as normativas, até aos textos dirigidos ao público-alvo, como os anúncios e os folhetos. Estes podem oscilar “da impessoalidade do discurso – própria dos guias tradicionais – à máxima interatividade e implicação do interlocutor, em consonância com a finalidade promocional e persuasiva, como ocorre nas campanhas publicitárias” (Calvi et al., 2022, p. 9). Os mais comuns são os folhetos, ou brochuras, turísticas que, segundo Pertou, são textos informativos sobre um certo local turístico que mistura a persuasão para chamar à atenção dos turistas. Podemos então afirmar que o texto turístico tem uma função apelativa que tem como principal foco o recetor do texto, o seu mundo e a sua mentalidade (Giracca, 2013, p. 29).

Normalmente incluem também informações adicionais como horários, contactos, endereços, entre outras coisas. Na tabela abaixo podemos encontrar os diferentes tipos de textos que se inserem na área de turismo:

Tabela 5: Tipos de textos turísticos

	Descrição	Exemplos
Texto informativo	O texto informativo informa, esclarece e elucida	Informações dos serviços (como hotéis, cruzeiros,

	o leitor sobre um determinado assunto.	etc.)
Texto descritivo	Tipo de texto que descreve algo, seja um objeto, uma pessoa, um acontecimento. O objetivo é transmitir ao leitor as impressões e qualidades de algo.	Descrições de um determinado destino, de monumentos, etc.
Texto narrativo	O texto narrativo é um conjunto de eventos encadeados que constituem uma história. O objetivo é narrar, contar uma história fictícia ou real e existe uma relação de anterioridade e posterioridade.	Narração da história de um local, região ou tradição.
Texto argumentativo	O texto argumentativo tem como objetivo persuadir o leitor e convencê-lo de algo, recorrendo assim a um conjunto de razões e pontos de vista a favor ou contra.	Publicidade, brochuras, etc.
Texto injuntivo	Este tipo de texto indica como realizar uma ação, como fazer algo. Utiliza uma linguagem simples e objetiva, onde os verbos são, na sua maioria, usados no modo imperativo.	Percursos presentes em guias, indicações de visitas.

Texto expositivo	O texto expositivo remete para a ideia de explicar ou explicar um assunto, tema, coisa, situação ou acontecimento, que se pretende desenvolver ou apresentar, em pormenor, referindo o tempo, o espaço, a importância ou as circunstâncias do seu acontecer.	Textos onde é apresentado o porquê de determinado monumento ter um determinado nome.
-------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------

Fonte: (Martins, 2013, como citado em Martins, 2019, p. 15-16)

Um texto turístico inscreve-se maioritariamente nos textos informativos, sendo que o seu objetivo principal é fornecer informações às pessoas que querem viajar e conhecer novos locais. Este tem que também ser de certa forma persuasivo para incentivar e apelar as pessoas a visitar o local em questão (Santos, 2016, p.17)

3.2.2.2. Linguagem Turística

Neste ponto irá ser discutida a terminologia típica e habitualmente utilizada no turismo, assim como vão ser demonstrados todos os tipos de textos existentes.

De modo a introduzir este ponto começamos por definir o que se entende por tipologia textual. Segundo Martins (2019), “O termo *tipologia textual* refere-se a uma sequência definida de estruturas verbais, formais e semânticas, e marcas pragmáticas que possibilitam a sua classificação em tipos ou géneros” (p.15). O turismo tem uma linguagem própria que a distingue de outras áreas devido a desempenhar uma função importante para a experiência turística, assim como para os profissionais que trabalham neste setor. No entanto, a terminologia turística torna-se um pouco complexa de definir pelo motivo de integrar diferentes componentes linguísticos ligados a outros setores.

Argoni (2012) descreve a linguagem do turismo como sendo expressa em todos os

níveis linguísticos, devido à falta de uniformidade de uma extensa área temática como o turismo, cujas fronteiras com outras áreas como a geografia, a história, a economia, o marketing, etc., não são muito claras (como citado em Martins, 2019, p. 15).

A linguagem típica do turismo é um fator que influencia a definição de textos turísticos, assim como as suas características estão ligadas ao seu carácter multidisciplinar. (Silvestre, 2020, p.18). No entanto, este carácter heterogéneo que a linguagem turística contém por vezes traz alguns problemas. Segundo Calvi (2010), este carácter dificulta “a criação de uma definição fixa da linguagem turística, assim como a sua inclusão nas línguas de especialidade.” (como citado em Silvestre, 2020, p. 18)

O que distingue a linguagem turística de outras é a sua vertente comunicativa, isto é, a utilização de estratégias discursivas que criam uma interatividade entre o conteúdo e o turista. De acordo com Duarte (2017), “O tipo de linguagem é bastante informal e de fácil compreensão, apesar de muito adjetivada em alguns casos. É com este processo de adjetivação que se irá aliciar o turista a visitar os locais mencionados.” (p.5). Em suma, para utilizar a linguagem correta é necessário respeitar as convenções gramaticais e lexicais da área em questão, e na linguagem turística é comum “o uso abundante de adjetivos, o uso frequente do modo imperativo e a formulação direta ao leitor.”. (Cappelli, 2013, como citado em Gomes, 2020, p. 25). Para além disso, inclui também expressões coloquiais, dependendo do tipo de texto turístico.

López Velasco (2015), afirma que o léxico turístico se divide em três partes:

1º- abrange os nomes de edifícios e organizações (inclui frequentemente estrangeirismos);

2º- utiliza palavras que pertencem às áreas ligadas ao turismo (a descrição dos produtos turísticos);

3º- uso de um vocabulário para comunicar e interagir com o público (marketing visível no uso de adjetivos e histórias) (como citado em Gomes, 2020, p. 27).

Os folhetos turísticos têm uma linguagem técnica que, segundo Perton (2010), “é uma derivação específica da linguagem corrente e forma parte dela, já que faz uso das possibilidades linguísticas comunicativas que tem a linguagem corrente, (...)” (como citado em Giracca, 2013, p. 30). É um tipo de linguagem que pretende alcançar factos de uma temática específica para poder atingir o público-alvo pretendido. Seguindo ainda o pensamento da autora, este tipo de linguagem passa por diferentes níveis de expressão:

(...) de um lado temos os níveis de discurso altamente especializados, utilizados para a comunicação de experts da área turística; por outro, temos a interação entre os especialistas e os leigos, sendo que o discurso deve ser outro, para que ambos os públicos possam assimilar da melhor forma os discursos em geral, (...) (como citado em Giracca, 2013, p. 30)

Isto significa que a linguagem turística deve conter os conteúdos necessários e especializados da área de uma maneira simples e compreensível de forma que os turistas que desconhecem uma cultura a entendam da melhor maneira possível. É o léxico de um folheto turístico que mostra as escolhas de um emissor, ou até de um tradutor, que demonstra o papel funcional da palavra como instrumento da consciência. É a partir desta que os seres humanos interagem e se compreendem uns aos outros, principalmente no âmbito do turismo que muitas vezes é a partir dos folhetos que os turistas interagem com um determinado local pela primeira vez.

3.2.3. Tradução Turística

A tradução é uma atividade que consiste em diferentes fases e processos de tradução de um texto numa língua de partida (LP) para uma língua de chegada (LC), sendo desempenhada com a ajuda de técnicas e estratégias que podem solucionar problemas de tradução e que possibilitam criar um texto de chegada (TC) fiel à função do texto original. Segundo Albergaria (2019):

(...) a tradução surge para colmatar a necessidade de duas culturas com diferenças linguísticas comunicarem entre si de forma eficiente, sem deixar que falhas nesse processo comunicativo originem mal-entendidos que possam, com a qualidade e respetiva valorização da Tradução ser evitados. (p.10-11)

A tradução é um ramo extremamente importante para a sociedade atual, e em qualquer área de estudo, mas é essencial para o turismo que é o setor com o maior poder económico nos dias de hoje. Por esta razão, a tradução está e deve sempre estar ligada ao turismo, assim possibilitando uma maior divulgação do conteúdo turístico. O principal objetivo da tradução turística centra-se na disseminação e promoção de um específico local turístico, fazendo com que haja mais afluência de turistas que ajudam no desenvolvimento do setor, ou seja:

Com a atividade turística e, conseqüentemente, com o texto turístico, do ponto de vista de fornecedores de serviços privados ou entidades públicas, pretendem dar a conhecer e promover um local, uma tradição, um produto, uma cultura, suscitando interesse em potenciais visitas e/ou consumidores. A comunicação e estratégias aplicadas são de extrema importância pois poderá depender dos mesmos a concretização da visita, consoante o impacto que se terá no potencial visitante. (Albergaria, 2019, p.15)

3.2.3.1. Principais características

Segundo Reiss (1984/1996), o funcionalismo tem como principal foco o ato da comunicação humana, isto é, tem como foco as relações funcionais entre o texto de partida (TP) e o texto de chegada (TC). Esta função comunicativa pode indicar os principais elementos textuais que determinarão a equivalência necessária durante o processo de tradução. De acordo com a autora, uma tradução de qualidade é aquela que o produto final tenha equivalência com a função comunicativa do TP, tanto no

conteúdo conceitual como na formação linguística (como citado em Giracca, 2013, p. 17-18)

A partir deste conceito, Vermeer (1978) cria a conhecida Teoria de Skopos onde a “(...) tradução é definida a partir do propósito ao qual o texto-meta é destinado, sendo um tipo de transferência na qual são transportados, de língua à outra, signos comunicativos verbais e não verbais” (como citado em Giracca, 2013, p. 18). Isto significa que a tradução que irá ser realizada é caracterizada por ter uma intenção específica para quem a solicita.

O processo de tradução enquadra três figuras principais: o emissor, ou seja, o cliente que encomenda a tradução, o tradutor, que a elabora, e, por fim, o recetor, o público-alvo do texto traduzido. Esta função comunicativa mostra que qualquer tipo de texto tem um objetivo que somente será entendido no momento da receção do mesmo pelo público-alvo, pois todo o texto, ou seja, a sua função, é direcionado para o recetor final (Giracca, 2013, p. 19). Então passa pelo processo de compreensão do propósito do TP, depois vem o trabalho da tradução que passa por várias fases de pesquisa e criação do texto, e por fim a receção do leitor já com o texto completo e com a função adequada.

O tradutor tem então o papel de criar um texto numa LC que transmita a função do texto original e que respeite e adeque o mesmo à cultura de chegada, assim criando um texto que pareça único e não uma simples tradução. Sendo que os textos turísticos são cruciais para a divulgação e ligação entre culturas, é importante que os tradutores que criam o conteúdo para o público estrangeiro estejam a acompanhar o constante desenvolvimento do setor, porque “os textos turísticos oferecem uma diversidade temática, que se espera também nas traduções que serão realizadas.” (Silvestre, 2020, p.18). Os textos como os folhetos e guias turísticos, incluem elementos não verbais que requerem uma maior atenção por parte do tradutor, devido a terem uma conotação cultural bastante forte. (Giracca, 2013, p. 20). Então o tradutor deve compreender conhecimentos de outras áreas de modo a realizar uma tradução com boa qualidade, assim como deve ter uma vasta aptidão técnica sobre as ferramentas de tradução. Igualmente deve ter um grande conhecimento sobre a LC.

Alizadeh (2011), afirma que ao considerar as diferenças culturais entre as duas línguas, o tradutor quando estiver a traduzir deve “ter em atenção os significados associativos e conotativos, a influência que a compreensão e uma opinião diferente podem ter, o efeito das metáforas e expressões, mitos e religiões, valores e estilos de vida.” (como citado em Albergaria, 2019, p. 19). Se o trabalho dele for bem-sucedido, o recetor da tradução não irá sequer notar que o que está a ler é uma tradução, parecendo até o texto original (Giracca, 2013, p. 18).

Segundo Gomes (2020), “(...) a Tradução desempenha um papel fundamental, oferecendo ao turista durante a viagem a informação mais relevante na sua língua materna, seja através de um guia, em papel, audiovisual ou humano, seja através de outros textos escritos ou orais, como em sinais, menus de restaurantes, entre outros.” (p.21). Nesta comunicação dirigida ao público devem sobressair os elementos culturais como, por exemplo, a gastronomia, a arte, o folclore, os costumes, a comunicação intercultural e a prática turística em si (Calvi, 2019, como citado em Albergaria, 2019, p. 17).

3.2.3.2. Principais dificuldades na Tradução Turística

Os principais erros e dificuldade na tradução de textos turísticos centram-se maioritariamente na falta de conhecimento sobre os aspetos principais de um destino turístico: o lugar, a localização, a comida, os nomes próprios, os pontos turísticos, o folclore, entre muitos outros. Caso não tenha esse conhecimento, é crucial realizar uma pesquisa antecipada em dicionários ou enciclopédias e no conteúdo disponível na internet (Giracca, 2013, p. 33)

Um conceito bastante comum dentro da tradução turística são os chamados de *culturemas*. Vários autores mostraram a sua própria definição deste conceito, expondo diferentes tipos de âmbitos culturais. Nord (1997) apresenta-os como “um fenómeno social de uma cultura X que é entendido como relevante pelos membros dessa cultura e que comparado com um fenómeno correspondente de uma cultura Y, resulta ser específico da cultura X” (como citado em Giracca, 2013, p. 37). Isto é, afirma que estes são elementos culturais que existem numa cultura de partida e que podem não existir

na cultura de chegada. São âmbitos culturais que se enquadram dentro de diferentes categorias, como podemos ver no quadro abaixo:

Tabela 6: Principais Âmbitos Culturais de um Cultura específica

Âmbitos Culturais	
Meio Natural	Flora, Fauna, fenómenos atmosféricos, climas, ventos, paisagens (naturais e criadas), topónimos
Património Cultural	Personagens (fictícios ou reais), factos históricos. Conhecimento religioso, festividades, crenças populares, folclore, obras e monumentos emblemáticos, lugares conhecidos, nomes próprios, utensílios, objetos, instrumentos musicais, técnicas empregadas na exploração da terra, da pesca, questões relacionadas ao urbanismo, estratégias militares, meios de transporte, etc.
Cultura Social	Convenções e hábitos sociais: o tratamento e a cortesia, a maneira de comer, de vestir, de falar; costumes, valores morais, saudações e gestos, a distância física que os interlocutores mantêm, etc.
	Organização social: sistemas políticos, legais, educativos, organizações, ofícios e profissões, moedas, calendários, eras, medidas, etc.
Cultura Linguística	Transliterações, refrãos, frases feitas, metáforas generalizadas, associações simbólicas, interjeições, blasfêmias,

	insultos, etc.
--	----------------

Fonte: (Molina, 2001, como citado em Giracca, 2013, p. 38)

Nos textos turísticos estes culturemas surgem constantemente, sendo estes a principal dificuldade para um tradutor. Este género textual tem o intuito de partilhar informações turísticas com várias pessoas de diferentes nacionalidades, então é necessário ultrapassar fronteiras geográficas, linguísticas e culturais para serem mais acessíveis (Valdés Rodriguez, 2004, como citado em Giracca, 2013, p. 39).

Para além destes, Muñoz (2012) ainda apresenta outros problemas que encontrou em vários textos turísticos:

- Falta de informação ou de elementos cruciais;
- Frases ambíguas ou de duplo sentido;
- Linguagem positiva e poética;
- Linguagem confusa;
- Tradução de nomes próprios, topónimos ou neologismos;
- Tradução da língua materna para a língua estrangeira;
- Falta de fontes de referência com qualidade; (p. 106-109)

A maior parte destes são solucionados com o simples contacto constante com o cliente que encomendou a tradução. Se este fornecer matérias de apoio essenciais e auxiliar nas dúvidas ou soluções que o tradutor possa ter, o produto final irá ter boa qualidade e estará do agrado do cliente.

No entanto, é importante mencionar que muitas vezes as traduções turísticas acabam por ter pouca qualidade linguística devido ao menosprezo que recebe. Estes textos devem receber mais credibilidade de modo a serem criados conteúdos e textos mais coerentes e chamativos. Como muitas vezes os textos são ignorados, estes surgem frequentemente com erros ortográficos e gramaticais, assim como inclui

informação errada. Devido a isto, é necessário que um tradutor compreenda um conhecimento vasto e notório para que o turista receba as informações corretas e adequadas. Igualmente, o cliente que as solicita deve saber ajudar o tradutor a conseguir alcançá-lo.

3.2.3.3. Estratégias de tradução e materiais de apoio

Segundo a teoria de Jakobson, existem três modalidades diferentes dentro do processo de tradução: a tradução intralinguística, a interlinguística e a intersemiótica.

A tradução intralinguística diz respeito à variação no âmbito da mesma língua, no caso, a que o turista acaba enfrentando quando se afasta do local de residência habitual, e que pode causar mal-entendidos ou estranhezas; já a modalidade interlinguística é a mais comum quando envolve uma viagem a um país estrangeiro, onde uma língua diferente é falada, e, a casos de distância muito marcada, pode causar um verdadeiro choque cultural. Por último, a tradução intersemiótica, que usa canais não verbais e outros sistemas de signos, é a única opção viável que o conhecimento linguístico é zero (Cronin, 2000, como citado em Calvi et al., 2022, p. 5)

Katan (2016) afirma que um turista mais autónomo é aquele que vai conhecer as realidades culturais de um país sozinho e que conhece as diferentes línguas, necessitando maioritariamente de uma tradução intralinguística, isto é, com a junção de um olhar do nativo e de um olhar forasteiro irá criar a sua própria noção da cultura. Já o turista menos autónomo precisará de auxílio dos operadores de turismo como os guias, os intérpretes, as agências e os postos de turismo, e necessitará de uma tradução que utilize uma linguagem que incluía uma diversidade linguística puramente simbólica, com exotismos esporádicos (como citado em Calvi et al., 2022, p. 6). Para estes são criadas traduções interlinguísticas.

A estratégia mais utilizada numa tradução interlinguística é a ampliação/explicação, quando se mantém o termo original, mas se acrescenta uma perífrase do mesmo. (Calvi et al., 2022, p. 17). Já na intralinguística são mantidas as expressões ou palavras com maior valor cultural. Normalmente são realizados empréstimos; no entanto, existem algumas exceções onde alguns termos podem ser desconhecidos pelo leitor, sendo necessário acrescentar algumas explicações ou expansões. Para além disso, Calvi (2022) ainda afirma, a partir de uma análise que realizou de um texto turístico, neste caso de um restaurante, que existem outras estratégias que possam ser necessárias fazer nestas traduções: tradução mediante hiperónimos, empréstimos mais tradução, empréstimos mais explicação, equivalência cultural, omissão de algum elemento, empréstimo puro (p. 18-19).

Muñoz (2012) vê estas referências culturais como o problema que está sempre presente nos textos turísticos, os *culturemas*. A explicação é a estratégia mais utilizada e é vista como um aspeto positivo para manter e valorizar as características da cultura de origem, assim dando também a conhecer aos turistas a cultura em si. (Bhabha, 1998, como citado em Albergaria, 2019, p. 21-22)

Atualmente, os tradutores podem recorrer a ferramentas de tradução na Internet, assim comprovando o uso de certos termos e solucionando problemas através de estratégias tradutológicas atualizadas (Zanoletty, 2005, p. 176). Segundo García Álvarez e Giersiepen (1994), para ser possível transmitir ao recetor a mensagem e a carga cultural correta “é necessário partir de uma análise teórica sobre os elementos culturais, a função, a estrutura e as convenções linguísticas que englobam este tipo de texto (...)”. (como citado em Zanoletty, 2005, p. 184). Igualmente, é bastante importante utilizar recursos terminológicos ou utilizar textos comparáveis e complementares tanto na língua de partida como na de chegada.

4. Estágio no Posto de Turismo do Porto

Neste capítulo serão expostos os trabalhos que foram realizados, assim como a sua descrição, duração, os principais problemas encontrados e as soluções utilizadas.

4.1. Dados estatísticos

De forma a mostrar os trabalhos realizados, primeiro serão apresentados os valores e estatísticas angariadas pelos funcionários dos postos relativamente aos números de turistas que visitaram nos meses de março, abril, maio e junho, assim como as nacionalidades mais frequentes na cidade do Porto. Segundo o documento de registo de afluência proporcionado pelo posto de turismo do Porto, o número total de visitantes nestes quatro meses andou por volta dos 90 mil turistas, tendo a cidade acolhido 15 513 turistas em março, 23 939 em abril, 27 149 em maio e 23 407 em junho. Isto é obviamente uma estimativa, mas é um número arredondado dos visitantes que apareceram nos postos de turismo.

Tabela 7: Registo de Afluência dos Postos de Turismo do Porto

	Março	Abril	Maio	Junho	TOTAL
Munícipes	388	305	308	393	1394
Portugal	522	672	677	1149	3020
Alemanha	1080	1555	2134	1934	6703
Brasil	555	597	897	985	3034
EUA	682	941	1785	1660	5068
Espanha	2757	7592	4532	4102	18 983
França	4523	6390	8602	6242	25 757
Itália	889	598	856	845	3188
Reino Unido	1110	1267	1594	1964	5935
Países Baixos	554	558	915	538	2565
TOTAL	13 060	20 475	22 300	19 812	75 647

Fonte: Elaboração própria

Como é possível verificar pelo quadro acima, o número de nacionalidades que visita a Invicta ainda é elevado, faltando as nacionalidades menos frequentes. As duas nacionalidades que lideram todas as outras são a espanhola e a francesa, notando-se esta frequência também através das línguas mais frequentemente utilizadas no atendimento de *back office*. A seguir a estas duas, os mais frequentes são os visitantes dos países da Alemanha e do Reino Unido.

Incluiu-se igualmente neste quadro os munícipes da cidade e a população do resto do país, de modo a mostrar a diferença entre um turista nacional e um turista internacional. Podemos observar que ainda existe um número grande de visitantes portugueses; no entanto, o número de estrangeiros na cidade continua a ser superior. Principalmente no mês de maio, reparou-se uma maior afluência de turistas estrangeiros e nacionais no Porto do que nos outros meses, sendo que foi a altura onde o calor e o bom tempo começaram a surgir, assim como para muitos foi o seu tempo de férias.

É importante evidenciar três aspetos diferentes: o primeiro é a frequente receção de peregrinos que querem chegar a Santiago de Compostela, tendo a cidade do Porto recebido nos seus postos de turismo 4085 peregrinos, um número significativo comparado com os números acima; o segundo é a constante organização de visitas de grupos, sendo estes realizados pelos funcionários de *back office* através do atendimento telefónico ou email; por fim, no mês de junho até ao mês de agosto/setembro foram abertos mais dois postos para auxiliar com a crescente chegada de visitantes, um na praça da Ribeira e outro na estação de comboios da Campanhã. No quadro acima estão incluídos os números de turistas desses postos.

Por fim, a Associação de Turismo do Porto ainda têm outro tipo posições a cumprir: um deles é na APDL, ou seja, na Administração dos Portos do Douro, Leixões e Viana do Castelo, onde recebem os turistas que vêm de navios que abarcam no cais do Terminal de Cruzeiros do Porto de Leixões; outro é um posto no IVDP, o Instituto dos Vinhos do Douro e Porto, onde têm que tirar dúvidas que os visitantes têm sobre o vinho do Porto; um outro posto é no Palácio de Cristal e aqui normalmente só abrem quando ocorre um evento ou concerto, como, por exemplo, o *NOS Primavera Sound* no mês de junho. Isto para concluir que a cidade recebe muitos turistas ao longo do

ano, não estando todos incluídos no quadro elaborado. Contudo, a associação de turismo está sempre preparada para os receber nos diferentes locais mais prestigiados e visitados.

4.2. Trabalho realizado no estágio

Durante a realização do estágio foram realizados múltiplos trabalhos, incluindo a tradução, a redação de textos, o atendimento ao público e outro tipo de tarefas. Como estagiária trabalhei em dois postos de turismo: as tarefas de *back office* foram realizadas no Posto da Sé, enquanto o atendimento ao público foi mais recorrente nas horas do fecho do Porto Welcome Center (PWC), das 17h30 até às 20h00.

Na seguinte tabela apresento todos os trabalhos realizados, as datas, a duração e a sua descrição dos mesmos.

Tabela 8: Descrição de todos as tarefas realizadas durante o estágio

Tradução	
Projeto	Descrição
Tradução de uma tabela de preços (9 a 19 de março)	Tradução para espanhol e francês de uma tabela com os preços das atividades dos associados da ATP
Tradução do <i>Powerpoint</i> “Porto.CARD” (11 de março)	Tradução para inglês de uma apresentação sobre as características do cartão Porto.CARD
Tradução do <i>Powerpoint</i> “Turismo do Porto e Norte” (14 de março)	Tradução para italiano de uma apresentação sobre a estrutura da ATP, tendo como público-alvo um grupo de estudantes italianos
Tradução de uma tabela para as reservas (14 de março)	Tradução para as 3 línguas, inglês, espanhol e francês, de uma tabela que os turistas têm de completar com informação importante para realizar uma reserva no posto de turismo
Revisão do Roteiro 1, 2 e 3	Revisão de um roteiro traduzido para inglês sobre o que

dias (15 a 16 de março)	fazer em um, dois e três dias no norte de Portugal
Tradução do documento “Informação Geral do Porto e Norte” (24 a 25 de março)	Tradução para português de um documento sobre a região Porto e Norte que tinha como LP o espanhol
Tradução do documento “Parque Nacional Peneda-Gerês – 2 dias” (9 de abril)	Tradução para espanhol de um documento <i>word</i> sobre o que fazer no Parque Nacional Peneda Gerês em dois dias
Tradução do documento “Parque Nacional Peneda-Gerês – 2 dias” (10 a 11 de abril)	Tradução para inglês de um documento <i>word</i> sobre o que fazer no Parque Nacional Peneda Gerês em dois dias
Tradução do documento “Informação Geral do Porto e Norte” (25 a 26 de abril)	Tradução para inglês de um documento sobre a região Porto e Norte que tinha como LP o espanhol
Criação de conteúdo	
Projeto	Descrição
Formatação do Roteiro 1, 2 e 3 dias (16 a 18 de março)	Formatação do ficheiro <i>word</i> e passar para pdf
Roteiros Porto.CARD (21 a 23 de março)	Realização de roteiros sobre temas inovadora: Roteiro Geração Z, Roteiro Noturno e Roteiro Porto Acessível
Roteiro LGBTQ+ (23 a 24 de março)	Realização de um roteiro direcionado ao público-alvo inserido no LGBTQ+
Formatação dos Roteiro Experiências Top 10 (28 de março a 7 de abril)	Formatação de um roteiro sobre as dez experiências mais populares das regiões do Porto, Minho, Douro e Trás-os-Montes, passando de um documento <i>word</i> para pdf

Primeira sugestão da Newsletter (30 de março)	Redação de um pequeno texto sobre a Primavera como sugestão do dia
Segunda sugestão da Newsletter (7 de abril)	Redação de um pequeno texto sobre tranquilidade como sugestão do dia
Realização do “Conteúdo 2022” (9 a 22 de abril)	Redação de pequenos textos de recomendação para dias especiais de abril até dezembro
Terceira sugestão da Newsletter (9 de abril)	Redação de um pequeno texto sobre o que fazer num dia de chuva como sugestão do dia
Quarta sugestão da Newsletter (10 de abril)	Redação de um pequeno texto a Páscoa como sugestão do dia
Roteiro Porto.CARD sobre a Páscoa (10 de abril)	Redação de um roteiro sobre o que fazer no Porto no fim de semana de Páscoa
Texto sobre o 25 de abril (20 de abril)	Redação de um texto sobre a história e o feriado de 25 de abril
Roteiro Porto.CARD sobre Arte (20 a 21 de abril)	Redação de um roteiro sobre a arte e exposições espalhadas pela cidade do Porto
Lista dos lugares acessíveis no Porto (26 de abril a 13 de maio)	Criação de uma lista com os conteúdos acessíveis das diferentes atrações turísticas da cidade do Porto
Quinta sugestão da Newsletter (27 de abril)	Redação de um pequeno texto sobre atividades em família como sugestão do dia
Sexta sugestão da Newsletter	Redação de um pequeno texto sobre o que fazer com a chegada do bom tempo como sugestão do dia

(12 de maio)	
Lista dos lugares acessíveis em Guimarães, Braga, Vila Real, Bragança e Viana do Castelo (13 a 25 de maio)	Criação de uma lista com os conteúdos acessíveis das diferentes atrações turísticas destas cidades
Sétima sugestão da Newsletter (19 de maio)	Redação de um pequeno texto sobre o <i>World Travel Awards</i> como sugestão do dia
Carta de apresentação (25 de maio)	Redação de um texto de apresentação da ATP para colocar nos envelopes enviados por correio para os turistas
Formatar e separar o Roteiro 1, 2 e 3 dias (31 de maio a 6 de junho)	Separar em três documentos diferentes o Roteiro 1, 2 e 3 dias: Roteiro de 1 dia, Roteiro de 2 dias e Roteiro de 3 dias. Todos estes das regiões, Porto, Minho, Douro e Trás-os-Montes
Roteiros de Verão (6 a 9 de junho)	Criação de três roteiros para a altura de Verão: Roteiro de Verão (com atividades radicais e aquáticas), Roteiro Familiar e Roteiro de Festividades
Oitava sugestão da Newsletter (8 de junho)	Redação de um pequeno texto sobre o que fazer durante o <i>Nos Primavera Sound</i> como sugestão do dia

Fonte: Elaboração própria

Para além do trabalho como tradutora, foram feitas algumas tarefas de *back office* solicitadas pela minha supervisora e pela diretora do posto. Entre elas estão o registo de faturas, o registo de chamadas, a organização de sacos com brochuras institucionais, o transporte de material para os outros postos, entre outras tarefas. Igualmente, foram-me solicitadas algumas tarefas fora da minha área de experiência, mas que fizeram com que ganhasse um maior conhecimento. Por exemplo, tive de realizar formatações de roteiros já existentes e traduzidos, e para isso foi necessário

ter algum conhecimento tecnológico sobre o *Microsoft Word* que me foi ensinado. Os documentos finalizados incluíam uma formatação adequada e coordenada, com a fonte e tamanho de letra corretos, com os títulos e textos alinhados e cada um com as suas respectivas fotografias.

4.2.1. Atendimento ao Público

Parte do meu trabalho neste estágio envolvia o atendimento ao público, isto é, juntamente com os funcionários dos postos de turismo, eu auxiliava no atendimento para poder tirar as dúvidas que os turistas tinham. Neste cargo o principal objetivo era fornecer a informação adequada aos turistas, sem qualquer engano, e organizar os panfletos que estavam disponíveis em exposição.

O primeiro aspeto a aprender e entender foi o mapa da cidade, sendo este bastante importante para poder informar os turistas dos locais que querem visitar ou que caminhos podem tomar. Para isso, os colaboradores já incluem um plano geral da cidade e um *template* do que é necessário dizer quando um turista está a conhecer pela primeira vez a cidade e quer saber quais são os pontos mais importantes. A partir desse mesmo *template*, os funcionários criam os seus próprios textos de modo a ficar o mais similar uns com os outros. Adicionalmente, traduzem esse texto de uma língua para a outra, sendo as línguas de trabalho mais comuns o inglês, o espanhol e o francês.

Aprendendo o mapa da cidade, o próximo passo seria ficar ao balcão a ouvir os funcionários do posto quando estão em interação com os clientes, assim angariando mais informação essencial relacionada com os associados do posto e o *merchandising* que têm a vender. Neste caso eram utilizados os panfletos das companhias associadas para transmitir a informação aos turistas e, em caso de interesse, os funcionários também poderiam realizar as reservas solicitadas pelos turistas ao entrar em contacto com as companhias diretamente. Para além destes, ainda havia brochuras institucionais, ou seja, brochuras criadas pela ATP que eram utilizadas para auxiliar os turistas a conhecer diferentes locais. Para dar um exemplo, eles incluem uma brochura que mostra um mapa com os Caminhos de Santiago e com informações adicionais sobre as diversas rotas dos caminhos e sobre os albergues existentes nos mesmos.

Outros exemplos são: o *city breaks*, as ecovias e ciclovias, os roteiros religiosos, os museus, os restaurantes tradicionais, entre muitos outros.

Como estagiária, o meu papel principal no atendimento ao público era ajudar os colaboradores dos postos quando chegavam muitos clientes, proporcionar informações ao turista, e quando não conseguia tirar a dúvida, passar a um colega para não fornecer qualquer informação errada, e, maioritariamente, repor brochuras na estante que se encontra à entrada do posto. Se necessário, e somente sob supervisão, poderia ajudar na venda de alguns produtos. A principal restrição que nos foi imposta foi não dar informação sobre locais que não estão associados ao posto, nem sobre alojamentos ou recomendação de restaurantes.

O meu trabalho no atendimento ao público foi realizado maioritariamente em dois postos, no Posto da Sé, junto à Catedral, e no PWC, em frente à Estação de São Bento. No primeiro, localiza-se o *back office* da associação e onde passei maior parte do meu tempo como estagiária, como irei explicar mais adiante, tendo auxiliado por vezes no atendimento; todavia, foi no PWC que interagi mais com os turistas e ajudei com a reposição de brochuras. No último ajudava sempre no turno do fecho, ou seja, das 17:30 até às 20:00.

4.2.2. Tradução

Uma das tarefas que tive de realizar envolveu tradução, principalmente para inglês e espanhol. Sendo o francês bastante comum e necessário, também auxiliei na tradução de um quadro com termos nas quatro línguas mais comuns, português, inglês, espanhol e francês, ao pesquisar em textos e websites viáveis. A minha segunda língua, o italiano, não foi tão recorrido; no entanto, foi utilizado numa das traduções que me foram solicitadas.

Aqui serão apresentadas algumas das traduções e revisões elaboradas, as mais importantes e as que mostram principais dificuldades encontradas e as soluções que foram utilizadas. Igualmente, foram escolhidas de modo a mostrar todas as línguas que foram trabalhadas e os diferentes tipos de tarefas realizadas.

4.2.2.1. Traduções realizadas

Neste ponto, irão ser apresentadas algumas das tarefas realizadas durante o período do estágio, assim como serão explicadas algumas das soluções aplicadas aos problemas que foram encontrados. Maior parte destas traduções foram elaboradas na CAT Tool Smartcat¹¹, uma plataforma gratuita e bastante acessível.

- Tabela de informação para reservas

O primeiro que irá ser apresentado é uma pequena tradução de um quadro utilizado para angariar informações importantes sobre os turistas que pretendem reservar alguma atividade ou visita. Este contém termos como: Nome, nacionalidade, hotel, número de telefone, email, dia, hora atividade, etc.

Tabela 9: Tradução para Francês e Espanhol

PT	ENG	FR	ES
Nome	Name	Nom	Nombre
Nacionalidade	Nationality	Nationalité	Nacionalidad
Número de telefone	Phone Number	Numéro de téléphone	Número de teléfono
Email	E-mail	Email	Email
Hotel/Quarto Nº	Hotel/Room No.	Hôtel/Chambre Nº	Hotel/Habitación Nº
Data/Hora	Date/Hour	Date/Heure	Fecha/Hora
Número de pessoas	Number of people	Nombre de personnes	Número de personas
Restrições alimentares	Food Restrictions	Restrictions Alimentaires	Restricciones Alimentarias

Aqui podemos verificar os termos que foram necessários traduzir de português para inglês, espanhol e para francês. Com este documento os funcionários do posto

¹¹ <https://www.smartcat.com/>

pediam aos turistas para preencher essa informação sobre eles e assim podendo enviar um email com essa informação à companhia que foi escolhida. Assim a companhia tem o número de telefone e o email em caso de cancelamento ou se for necessário ir ao hotel buscar os turistas. Principalmente, se for reservado um navio ou atividade que incluía almoço, a companhia já tem conhecimento das restrições alimentares que os turistas possam ter.

- *Powerpoint* “Porto.CARD” (Anexo 1)

A segunda tradução realizada foi um *Powerpoint* sobre o cartão Porto.CARD de português para inglês. O texto original consiste de uma apresentação do cartão e de todas as funções e modalidades que este oferece, assim como mostra onde é possível adquirir um. Este ficheiro serve para informar os turistas interessados em comprar o cartão e para apresentar o produto a companhias interessadas em se tornar associados. É um pouco extensa, tendo sido necessária muita atenção durante a sua realização. Após a revisão do mesmo foi possível afirmar que este foi devidamente traduzido ao transmitir a sua função original, tendo chegado a um produto final com qualidade.

Figura 7: Diapositivos do Powerpoint “Porto.CARD” na LP

Como é que o Cliente ativa o Porto.CARD?



O cartão para os descontos e entradas gratuitas ficará ativo após inscrição da data e a hora do início em que pretende começar a utilizar o cartão. Basta que o cliente o apresente junto das entidades associadas do cartão para beneficiar de todas as vantagens.



O cartão de transportes Andante Tour é ativado assim que o cliente o validar nas máquinas existentes nas paragens dos transportes ou a bordo dos veículos.



Os cartões podem ser ativados em momentos diferentes - o cartão de descontos pode ser utilizado a partir do momento em que coloca a data e hora e o título de transporte a partir da sua primeira ativação numa das máquinas existentes para o efeito.

Visit Porto.



Qual a poupança para o cliente?

Alguns exemplos

Atração	Preço PVP	Preço c/ Porto.CARD	Poupança
Casa do Infante	€2,20	Grátis	€2,20
Museu Romântico	€2,20	Grátis	€2,20
Museu do Papel Moeda	€5,00	Grátis	€5,00
Igreja e Torre dos Clérigos	€6,00	€3,00	€3,00
MMIPO	€6,00	€3,00	€3,00
Palácio da Bolsa	€10,00	€7,50	€2,50
Visita Premium Real Companhia Velha	€15,00	€7,50	€7,50
Igreja S. Francisco	€7,50	€6,00	€1,50



PEDONAL 2 dias
Custo: 10,00€

Visit Porto.



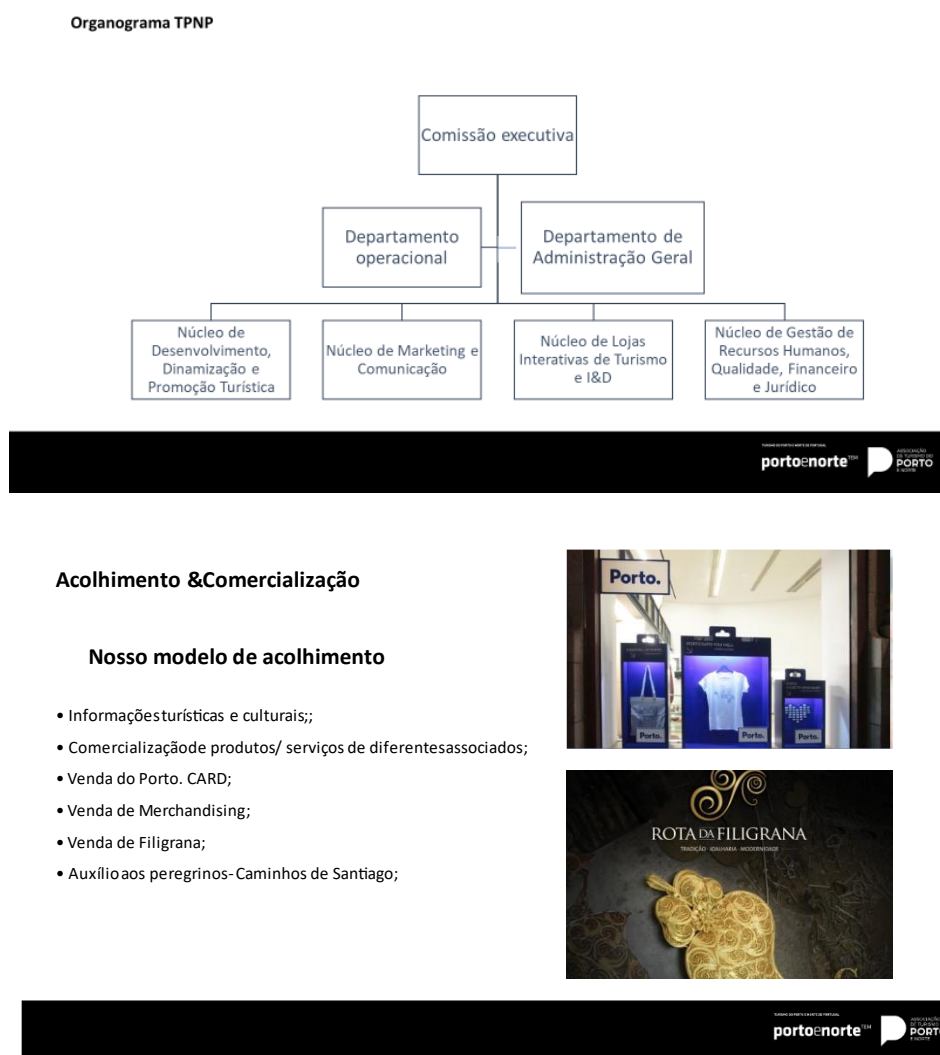
Fonte: Associação de Turismo do Porto

A figura acima mostra dois dos diapositivos do Powerpoint, ou seja, o TP que foi traduzido para inglês. Podemos observar que a linguagem deste não é muito complexa e o texto não é exaustivo, mas sim simples e perceptível. Foi uma tradução um pouco demorada de se realizar devido à constante adaptação dos preços que surgem diversas vezes. Apresenta um vocabulário coerente e consistente, sendo fácil de encontrar todas as suas equivalências na LC.

- *Powerpoint* “Turismo do Porto e Norte” (Anexo 2)

Posteriormente a esta, foi realizada uma terceira tradução de uma apresentação de português para italiano. Esta foi criada com o intuito de mostrar a um grupo de estudantes italianos como a Associação de Turismo do Porto funciona, os diversos departamentos que inclui, os principais objetivos e onde estes se localizam, fisicamente na cidade e em versão online. É um grupo que visita todos os anos o Porto e já é habitual ser realizada esta apresentação; no entanto, ainda não tinham uma versão em italiano para a melhor compreensão por parte dos estudantes. Sendo esta a minha segunda língua de trabalho, foi-me solicitada a realização da sua tradução:

Figura 8: Diapositivos do Powerpoint “Turismo do Porto e Norte” na LP



Fonte: Associação de Turismo do Porto

Para dar um exemplo, a figura acima mostra dois dos diapositivos do *Powerpoint* onde podemos ver o tipo de conteúdo que inclui e o tópico do mesmo. Isto é, a linguagem deste mostra-se bastante simples e compreensível, tendo sido uma tradução rápida com a exceção de um pormenor. Os títulos que podemos ver no organograma acima devem ser traduzidos através de decalques ou adaptações, acabando por ser a parte mais complicada da tradução. Foi necessária uma pesquisa mais aprofundada destes termos de forma a encontrar os equivalentes adequados.

Após isso concluído, a tradução foi simples, sendo que o TP é bastante curto e sintetizado.

- Texto “Informação sobre o Gerês - 2 dias” (Anexo 3)

Seguidamente, foi-me solicitada uma tradução para espanhol e inglês de um documento *word* sobre a região do Gerês e o que é possível fazer lá em dois dias. Este apresenta diversos locais para visitar, desde parques, a atividades radicais e também alojamentos que existem na região. Este foi um texto básico e curto, somente com uma página. O excerto abaixo mostra um pouco do TP traduzido:

Figura 9: Excerto do texto “Informação sobre o Gerês – 2 dias” na LP

Pontos de Interesse

S. Bento da Porta Aberta | Museu da Geira | Museu Etnográfico de Vilarinho das Furnas | Via Nova / Geira Romana | Mata de Albergaria | Marina de Rio Caldo / Albufeira da Caniçada | Santa Isabel do Monte | Campo do Gerês | Ermida | Vilarinho das Furnas e a sua albufeira | Vila do Gerês e Termas | Cascata do Arado, Feha de Barjas (Cascata do Tahiti)

Miradouros

Miradouro da Junceda | Miradouro da Boneca | Miradouro da Pedra Bela | Miradouro da Fraga Negra

Atividades possíveis

Canoagem | Caminhada | Escalada | Parque Aventura | Passeios a Cavalo | Passeios Pedestres | Paint Ball | Arvorismo | BTT | Passeios Jipe

Para mais informações poderá contactar diretamente:

Parque da Cerdeira (<https://parquecerdeira.com/>),

Geresmont - Desporto de Aventura
(<https://geresmont.com/>)

Equidesafios – Desporto de Aventura
(<https://www.equidesafios.com/pt>)

Fonte: Associação de Turismo do Porto

Comparativamente aos outros, este foi o mais simples de traduzir devido a ter somente uma página e também devido à linguagem clara e acessível que inclui. O problema mais predominante foi o nome das ruas e pontos de interesse onde surgiu a dúvida de se deveria traduzir literalmente, utilizar um empréstimo ou colocar uma explicação.

- Texto “Informações Gerais sobre o Porto e Norte de Portugal” (Anexo 4)

Uma das traduções mais extensas que foram realizadas foi a tradução do documento “Informações Gerais do Porto e Norte de Portugal”, um texto que apresenta diferentes locais a visitar na cidade do Porto, como também em outras cidades na região Norte como, Matosinhos, Guimarães, Braga, Ponte de Lima, entre outras. Este continha oito páginas de conteúdo que foram traduzidas de espanhol para português e inglês, isto é, o trabalho acabou por demorar o dobro do tempo. Sendo que foi traduzido para duas línguas, este demonstrou-se um trabalho mais complexo e prolongado do que os anteriores.

Figura 10: Excerto do texto “Informações Gerais sobre o Porto e Norte de Portugal” na LP

Jardines del Palacio de Cristal

Los Jardines Románticos del Palacio de Cristal ocupan una superficie de 8 hectáreas en el centro de Oporto y fueron diseñados en el siglo XIX por el

paisajista alemán Émile David. También se pueden contemplar las magníficas vistas panorámicas sobre el río y la ciudad.

Precio de la visita: gratuita.

Estación de tren de São Bento

Situada en el centro de la ciudad y construida a principios del siglo XX, la estación de tren de São Bento tiene un techo de cristal y hierro fundido diseñado por el arquitecto Marques da Silva. El atrio está cubierto con veinte mil azulejos históricos del pintor Jorge Colaço.

Precio de la visita: gratuita.

Fonte: Associação de Turismo do Porto

O excerto acima é um pequeno exemplo do que foi traduzido. Além do número de páginas que inclui, este é um texto exaustivo com uma linguagem mais composta, estando mais relacionado com a história dos locais. Este TP também continha algumas frases muito extensas onde as orações não estavam separadas e por isso foi necessário reestruturar algumas frases que não eram facilmente perceptíveis. No final, foi possível alcançar um resultado favorável.

- Texto “Roteiro 1, 2 e 3 dias”

Por fim, apresento também, brevemente, um trabalho de revisão de um roteiro turístico, “Roteiro de 1, 2 e 3 dias”. Este documento já incluía as traduções nas três línguas de trabalho, inglês, espanhol e francês; contudo, ainda não tinha sido revista a versão inglesa. Aqui o meu papel foi então rever este documento ao ler cuidadosamente e com atenção. Mas, após revisto, o resultado tornou-se mais coerente e apresentável, tendo ainda sido necessário formatar estes documentos mais à frente no meu percurso como estagiária.

Figura 11: Excerto do texto “Roteiro 1, 2 e 3 dias” na LP

DE TARDE

Propomos uma tarde em Barcelos, uma cidade minhota cheia de cor e tradição. O icónico Galo de Barcelos dá-lhe as boas-vindas e irá encontrá-lo em diferentes versões, várias vezes ao longo da sua visita.

Aqui poderá passear pelo antigo Largo da Feira, hoje Campo da República, onde encontrará as setecentistas Igrejas do Bom Jesus da Cruz, e da Nossa Senhora do Terço e onde pode ir às compras na maior feira de artesanato do país, todas as quintas-feiras.

Visite o Museu da Olaria, com mais de 9000 peças ligadas a esta arte, e o Centro de Artesanato de Barcelos, para capturar a essência da expressão artística minhota.

No centro, suba até à Torre da Porta Nova, também apelidada como Torre de Barcelos, vestígio da muralha da cidade e onde terá umas vistas panorâmicas sobre o centro histórico, o rio Cávado e o Monte da Franqueira. Ainda no mesmo local, funciona o Posto de Turismo e uma exposição permanente de artesanato.

Não deixe de incluir um passeio pelos jardins, nomeadamente pelo Passeio dos Assentos ou Jardim das Barrocas cheio de cores, simbolismos e com elementos decorativos do estilo rococó.

Se visitar esta cidade em maio, aproveite para assistir às celebrações tradicionais da Festa das Cruzes.

Fonte: Associação de Turismo do Porto

A estrutura deste texto pode-se ver no excerto acima, ou seja, está dividido em primeiro, segundo e terceiro dia, bem como em cada dia está repartido em manhã e

tarde. Como já mencionado, foi um trabalho de revisão que demorou algum tempo, neste caso alguns dias, a corrigir os erros e a formatação do documento do TC em inglês. Depois deste finalizado, as traduções em francês e espanhol também foram formatadas a pedido da minha supervisora. Adicionalmente, a linguagem destes textos era bastante complexa, sendo necessária muita atenção para não perder nenhuma falha.

No final, todos estes alcançaram um produto final com qualidade, atendendo aos requisitos impostos e com uma linguagem adequada ao público recetor do mesmo. No total de todas as traduções elaboradas foram traduzidas por volta de 9 mil palavras ao longo do estágio, com um vocabulário tipicamente turístico e bastante rico. Obviamente, houve alguns problemas durante a realização destes que irão ser analisados pormenorizadamente no ponto seguinte, juntamente com as soluções utilizadas.

4.2.2.2. Dificuldades e soluções encontradas

Neste ponto serão expostas algumas das dificuldades encontradas nas traduções mencionadas no ponto anterior, assim como as soluções encontradas para alcançar o produto final esperado.

Na primeira tarefa, o problema mais predominante foi a tradução para francês, uma língua que não tenho qualquer conhecimento. No entanto, com o auxílio da internet e de textos comparáveis, foi possível realizar a tradução para francês. A minha supervisora também me ajudou na revisão da mesma para confirmar que todos os termos estavam devidamente traduzidos e se eram os mais adequados. Felizmente tenho algum conhecimento da língua espanhola, sendo mais fácil de encontrar soluções tradutológicas adequadas.

No resto das traduções foram encontrados diversos problemas, então, de modo que este relatório não fique bastante extenso e repetitivo, irei juntar neste ponto os problemas mais preponderantes e essenciais a mencionar.

Começando por alguns termos adotados nestes textos que se podem denominar como empréstimos: um exemplo é o termo “happy hours” que se encontra em inglês e que se manteve no texto original em português; isto significa que na tradução deve ser realizada uma tradução literal, isto é, o termo “happy hours” permanece no TC. Esta é uma expressão universal e que não tem uma tradução exata, então de forma a manter a função do TP utilizou-se o mesmo. Felizmente, a tradução realizada foi para inglês, a língua original desse termo. Outros exemplos que ajudam a enfatizar esta estratégia são: “walking tours”, “extreme canyoning”, “rafting”, entre muitos outros. Durante estas traduções reparou-se também que, em todas as línguas, os termos como “pick-up and drop-off” ou “hop-in hop-off” permaneciam em inglês por serem termos fáceis de compreender e conhecidos pela maioria das pessoas.

Na tradução da apresentação de português para italiano, foi possível reparar, ao fazer alguma pesquisa, que na linguagem habitualmente utilizada pelos nativos italianos são muitas vezes utilizados termos ingleses, isto é, habitualmente utilizam empréstimos da língua inglesa, sendo mais perceptível para eles. Na expressão “trabalho em rede” a tradução mais comum foi o termo “**networking**”, que na língua portuguesa também é por vezes utilizada, mas não com tanta frequência como os italianos. O mesmo aconteceu quando queria traduzir “atendimento telefónico”, pois o termo mais comum na língua italiana é “**call-centre**”.

Foi possível também encontrar palavras que são únicas à cultura portuguesa e da cidade do Porto, sendo necessária a utilização da estratégia de empréstimo. O “Metro”, é o sistema de transportes subterrâneos que existe no Porto, então este é mantido no TC por ser um termo aprendido pelos turistas quando visitam pela primeira vez a cidade. O conhecido “vinho verde” é um outro exemplo de um produto tipicamente português, tendo sido traduzido como “**verde wine**”.

Foram realizados outros tipos de problemas que foram solucionados ao manter o termo como empréstimo com uma explicação ou perífrase a acompanhar. Um exemplo está na tradução para inglês de “Casa da Música” que para fazer a sua função permanecer, sendo o nome desta atração bastante importante manter, foi traduzido juntamente com uma explicação, ficando “**Casa da Música (Concert Hall)**”. O termo

“rebuçados” precisou também de uma explicação, tanto em inglês, **“Rebuçados (Caramels)”**, como em espanhol, **“Rebuçados (Caramelos)”**. Uma situação similar a esta surgia quando era necessário manter a função do TP através de um empréstimo, mas que para ser compreendido por turistas de outras nacionalidades foi acrescentado uma tradução literal: na tradução para inglês de “Porta Nova” foi mantido o nome original e uma tradução literal, tendo ficado **“Porta Nova (New Door)”**; o mesmo acontece com os “Comboios Urbanos”, um nome que serve para distinguir as rotas dos Comboios de Portugal (CP), ficando **“Comboios Urbanos (Urban Train)”**. Nalguns casos os nomes de ruas ou monumentos também eram mantidos para fazer os turistas conhecer melhor a cidade e a cultura da mesma.

Existem também alguns termos onde foi possível utilizar a estratégia de tradução Decalque. As “Caves de Vinho do Porto” têm uma expressão específica e já conhecida na língua inglesa, sendo bastante fácil solucionar este problema ao colocar **“Port Wine Cellars”**. Outros decalques foram utilizados como estratégia de tradução, como na palavra “autocaravana” que traduziu para **“motorhome”** ou o termo “ida e volta” que passou para **“round trip”**. O termo “Posto de Turismo” pode ser encontrado em diferentes textos e línguas, sendo que em inglês ficou **“Tourism Office”** e em italiano **“Uffici del Turismo”**. Na tradução do texto sobre informação geral do Porto e do Norte, de espanhol para português, foi encontrado outro exemplo no termo “ecovías” que não existe na LC, tendo ficado **“trilhos ecológicos”**.

Vários problemas foram encontrados na reestruturação de frases, sendo algumas bastante fáceis de solucionar e outras mais complexas. Por exemplo, na frase “(...) que auxilia o cliente na localização dos locais onde pode usufruir dos descontos, (...)”, foi necessário fazer uma transposição do substantivo “localização” para o verbo “to locate”. A frase no final ficou: **“(...) which helps the client locate the places where he can take advantage of the discounts, (...)”**. Um exemplo particular pode ser visto na frase em espanhol “Desta el retablo rococo del presbitério, formado por mármoles de cuatro colores.” que teve de ser reformulada de modo a manter a sua função e a ser mais compreensível. O verbo no início da frase foi alterado para um adjetivo no final da tradução, juntamente de um advérbio para dar mais ênfase. A frase traduzida no final ficou **“The rococo altarpiece in the presbutery, made of four coloured marble, is**

particularly noteworthy". Na tradução para italiano, deparei-me também com alguns exemplos: na frase "(...) contribuindo para a criação de uma imagem de prestígio junto dos mercados internacionais no sentido de gerar crescimento turístico na sua área de intervenção", numa primeira análise, foi possível reparar que talvez fosse necessário fazer uma tradução do termo "crescimento turístico" mais adequada para a LC, isto é, enquanto aqui foi utilizado um adjetivo para demonstrar esse crescimento, no TC optou-se por colocar o nome comum "turismo". Isto fez com que a frase em italiano ficasse mais fluida, contendo a mesma função que a frase original. Então a frase no final foi construída da seguinte maneira: **"(...) contribuindo alla creazione di un'immagine di prestigio sui mercati internazionali al fine di generare una crescita del turismo nella sua área di intervento"**. Podemos dizer que de certo modo também pode ser considerada uma modulação, isto porque houve uma mudança do ponto de vista ao passar do masculino em português para o feminino em italiano.

De espanhol para português podemos ver, no exemplo "catas de productos regionales", que o nome "catas" muda para um verbo em português, **"prove os produtos regionais"**. Já na tradução de português para espanhol podemos ver que o adjetivo na frase "outra das opções é ir por conta própria" passou para um pronome pessoal na LC, ficando **"Otra opción es ir por tu cuenta"**.

Uma outra estratégia utilizada foi a modulação, utilizada quando ocorre uma mudança de ponto de vista. O termo "Enoturismo" é habitualmente utilizado no âmbito do turismo nacional, sendo este definido como o turismo que envolve a história do vinho e a degustação do mesmo. Todavia, o termo equivalente é raramente utilizado em inglês, sendo mais utilizado **"wine tourism"**. Foi então tomada a decisão de colocar este último termo na tradução, assim oferecendo aos turistas que irão ler uma melhor compreensão do seu significado. O mesmo acontece num título denominado "Onde Adquirir?" no *Power Point* sobre o Porto.CARD e que foi traduzido como **"Where to Purchase?"**, uma expressão mais utilizada na LC.

Foram encontrados alguns termos e expressões na tradução de português para italiano onde foi necessário passar o ponto de vista do masculino para o feminino. Um exemplo é "destino turístico" que na LC ficou **"destinazione turística"**; a palavra

“acolhimento” passa para **“accoglienza”**; e o termo “mapa turístico” em italiano fica **“mappa turistica”**. Mudando novamente o ponto de vista, a questão “O que fazemos?” não pode ser traduzida literalmente porque ficaria uma expressão bastante constrangedora, sendo pouco ou nada utilizada na LC. Então foi necessário utilizar aqui uma modulação para fazer com que a frase não perdesse o seu sentido original, tendo ficado **“Che cosa facciamo?”**.

Nalguns casos considerei necessário fazer uma omissão para não sobrecarregar o texto e a função do mesmo. A expressão “efetue a compra” em inglês ficou somente **“purchase”** por não ser necessário colocar mais nenhum termo auxiliar. Foi feito o mesmo nas expressões “Quintas – Produtores de Vinho”, onde foi omitido o termo “quinta”, ficando apenas **“Wine Producers”**, e “Salas e Parques de Diversão” que foi traduzido como **“Entertainment Venues”**. Um caso igual a este verifica-se no documento de informação geral do Porto e Norte, onde na frase “En la parte trasera de este edificio, (...)” é encurtada devido a não ser necessário colocar a palavra “parte” na língua portuguesa, ficando somente **“Nas traseiras deste edifício (...)”**. Já na frase “Después reservan el horario para la visita guiada en español.” foi retirada a última parte porque o público-alvo da tradução foi alterado para a população que fala português, isto é, ficando **“Depois agendam o horário para a visita guiada.”**

Igualmente, foram encontrados alguns problemas que necessitavam de uma expansão que fizesse com que a frase fosse compreensível na LC. A expressão em espanhol “catas de productos regionales” na LC, neste caso em inglês, tinha algo que faltava para que a frase fizesse sentido, tendo sido acrescentado um verbo que ajudou a frase a ficar **“try tastings of regional products”**. O mesmo acontece na frase “(...) recomendamos que pasees por el paseo ribereño, (...)” que teve de ser traduzido como **“(...) we recommend that you take a stroll along the riverside walk, (...)”**. Na tradução da apresentação para italiano, a primeira parte da frase “Predominaram os indivíduos na faixa etária dos 45-54 (...)” foi traduzida para **“C’era una predominanza di individui (...)”**. Aqui não ficaria bem realizar uma tradução literal porque, após alguma pesquisa, esta não é muito utilizada dessa mesma forma na cultura de chegada, sendo que precisava até de ser um pouco reformulada. Então foi optado por adaptar à sua cultura de forma a ficar mais coerente e com maior qualidade.

Algumas frases encontradas nos diferentes textos deram algum trabalho a tentar traduzir da forma mais correta para a língua recetora porque faltava algum pormenor no texto original. Por exemplo, na frase “En el corazón de Vale do Lima, la beleza auténtica y peculiar del pueblo más antiguo de Portugal” senti que algo não estava de certa forma completa, faltava algum elemento verbal para ganhar mais forma. Na tradução decidi colocá-la de maneira a ser entendida na cultura de chegada, tendo ficado **“No coração de Vale do Lima, pode encontrar a beleza autêntica e peculiar da aldeia mais antiga de Portugal”**. Podemos verificar esta mesma situação na frase “En este parque encontra un conjunto de arte rupestre muy bien conservado esparcido en plena naturaleza” que, mais uma vez parecia incompleta. Foi utilizada a mesma solução na tradução para português: **“Neste parque encontra um conjunto de desenhos da arte rupestre muito bem conservados e dispersos no meio da natureza”**.

Para além destas estratégias, foi utilizada a adaptação, um procedimento bastante utilizado nos textos turísticos. Os preços das atrações são um exemplo onde é necessário utilizar esta estratégia: enquanto na LP é normalmente escrito como “10,00€”, na língua recetora já fica com o símbolo do euro em primeiro lugar, **“€10.00”**. Isso pode-se reparar também nas horas, ou seja, no português dizemos “das 9h00 às 19h00” e na LC ficaria **“from 9am to 7pm”**; e na escrita dos séculos que em espanhol é “siglo XX”, como em português, mas em inglês já deve ser **colocado “20th century”**. Desta forma os turistas das línguas recetoras sentem-se incluídos e conseguem entender melhor a informação que lhes é fornecida. Nos nomes de locais, ruas ou parques também ocorre esta situação. Por exemplo, um título de uma atração turística como o “Parque Nacional Peneda-Gerês” deve ser adaptado para o seu equivalente, neste caso **“Peneda-Gerês National Parque”**, ou até lugares como a “Geira Romana” que traduziu como **“Geira Roman Road”**. Em casos de empréstimo no TC a expressão “Extreme Canyoning”, no TC foi realizada uma adaptação que se enquadra na sua cultura, sendo encontrada a tradução **“Baranquismo Extremo”**.

Mais uma vez surge o problema da formulação de frases, muitas vezes sendo necessário reestruturá-las na LC de modo a transmitir a sua mensagem. A frase “O acesso gratuito ou com desconto em mais de 170 pontos de interesse, (...)” causou

algumas dificuldades durante a tradução, acabando por ficar **“Free or discount access in more than 170 points of interest, (...)”**. Poderia ter sido traduzido de uma forma mais literal; no entanto, considerei esta tradução mais simples e fácil de compreender para os turistas nativos em inglês. Outro exemplo está na frase “O cartão para os descontos e entradas gratuitas (...)” que ficou com a sua estrutura praticamente ao contrário, **“The discount and free access card (...)”**.

Por fim, o último problema estava relacionado com a pontuação que no TC sofreu algumas alterações. Podemos ver isso mesmo na seguinte frase:

Tradução 1

LP - La Livraria Lello, una de las librerías portuguesas más antiguas, es un lugar emblemático de la ciudad de Oporto, una visita obligada para quienes la visitan, habiendo sido nominada como una de las librerías más bonitas del mundo por la prensa mundial.

LC - “The Livraria Lello, one of the oldest Portuguese bookshops, is an emblematic place of the city of Porto. A must-see place for those who visit, having been nominated by the world's press as one of the most beautiful bookshops of the world.”

Esta é uma frase demasiado extensa e exaustiva, tendo optado por dividi-la em duas frases no TC. No TP seria necessário também reconsiderar a sua estrutura frásica pois é bastante complexa e difícil de compreender. Um outro exemplo está na frase abaixo, onde decidi traduzir de espanhol para português uma frase que tinha pontuação em falta e que era bastante extensa. As orações desta foram então divididas com uma vírgula, ficando mais coerente e organizado.

TP - “(...) es propiedad y sede de la Asociación de Comercio de Oporto y fue construído en la segunda mitad del siglo XIX y está cubierto de tallas de madera dorada.”.

TC - “(...) it is the property and headquarters of the Commercial Association of Porto and it was built in the second half of the 19th century, as well as it’s covered with gilded woodwork.

Estes e muitos mais desafios surgiram ao longo das traduções realizadas, sendo estes alguns dos mais predominantes e representativos de analisar. A partir destes desafios, é possível verificar o tipo de estratégias que foram impostas para ultrapassar estes obstáculos.

4.2.3. Criação de conteúdo turístico

Durante a realização do estágio, também me foi solicitado diversas vezes a criação de conteúdo turístico, mais especificamente roteiros inovadores para os turistas. Aqui foi-me permitido produzir conteúdo mais criativo e ao meu gosto pessoal, obviamente seguindo algumas regras já estabelecidas. Para a realização destes foi necessária muita pesquisa, tanto para saber como redigir de modo correto um roteiro turístico, lendo textos comparáveis, como também para ficar a conhecer as diferentes atrações turísticas à volta do Porto e da região Norte do país.

Posso afirmar que com esta tarefa aprendi diferentes coisas e fiquei a conhecer novos e lindíssimos lugares de Portugal. Igualmente, adquiri conhecimentos da escrita turística e como esta deve ser redigida para atrair o público recetor.

4.2.3.1. Redações realizadas

No presente ponto serão introduzidas algumas das tarefas realizadas no estágio, sendo a maioria delas roteiros turísticos. É importante mencionar que não serão analisados todos os roteiros realizados, tendo sido elaborados muitos durante o

estágio; todavia, serão apresentados os roteiros mais solicitados e com os temas mais inovadores. Abaixo serão expostos alguns exemplos do conteúdo criado:

- Roteiro “Porto Acessível”

O primeiro foi um roteiro que intitulei de “Porto Acessível”, uma ideia que veio a partir da falta de informação e divulgação dos locais acessíveis a pessoas com incapacidades motoras, visuais, auditivas, mentais, entre outras. Após uma pesquisa, descobri que no Porto existem diversos monumentos e atrações turísticas que possibilitam a acessibilidade a estas pessoas; no entanto, não existia um roteiro que indicasse mais detalhadamente quais eram esses locais e que tipo de acessibilidades integravam. Então decidi angariar informação sobre alguns locais acessíveis e que estivessem associados ao cartão Porto.CARD para criar um roteiro acessível e possível de realizar talvez num dia ou dois.

Figura 12: Roteiro “Porto a dois”

Manhã

Inicie o seu dia no Centro Histórico da cidade. Se optar por viajar de carro até esta zona da invicta, saiba que existem 5 [parques de estacionamento parceiros Porto.CARD](#), com descontos imperdíveis nos bilhetes de 24h (até 48% de desconto). Comece com uma visita à [House of Filigree](#) (8€), e fique a conhecer mais sobre a valiosa arte tradicional da ourivesaria portuguesa. Aproveite e compre um presente único para a sua cara-metade! Quem sabe, talvez a surpreenda com um pedido especial no topo da [Torre dos Clérigos](#) (3€). A vista panorâmica sobre a cidade é deslumbrante e vale bem o esforço de subir os 240 degraus que compõe a escadaria.

Siga para um passeio pelas ruas emblemáticas num Tuk Tuk da [Tuk Tour](#) (18€), e aprecie o colorido das casas, enquanto descobre os segredos que se escondem por entre os edifícios tão característicos.

Como é uma ocasião especial, sugerimos um cocktail no Terraço Lounge do [Espaço Porto Cruz](#) (cocktail 2 por 1- 7€). Brinde ao amor e à vida enquanto admira a cidade Invicta. Temos a certeza que levará este momento único da viagem.

Delicie-se com os sabores da gastronomia portuense num dos [restaurantes parceiros Porto.CARD](#).

Sugestão de Restaurantes:

- [DOP](#) (15% de desconto, exceto menu executivo)
- [deCastro Gaia](#) (10% de desconto em valores individuais, superiores a 10€)
- [Casa Vitorino](#) (10% de desconto em pagamentos em dinheiro / 5% de desconto em pagamentos com cartão)

Fonte: VisitPorto¹²

¹² <https://visitporto.travel/pt-PT/home#/>

A figura acima é uma pequena amostra do tipo de roteiros que são criados pela Associação de Turismo do Porto que incluem o cartão Porto.CARD, e podemos verificar a constante menção dos preços e descontos que os turistas podem usufruir através dele. Além desse detalhe, este roteiro tem uma linguagem bastante compreensível e adequada para o público-alvo, escrevendo de forma a criar um itinerário para um dia cheio de atividades. A partir deste roteiro consegui tirar algumas ideias e apontamentos que seriam importantes a acrescentar no meu próprio roteiro. Comecei por apontar quais os meios de transporte acessíveis para a deslocação à volta da cidade, sendo o Porto um lugar com ruas muito estreitas e acentuadas. Só posteriormente é que comecei a pesquisa e recolha de monumentos e atividades a incluir no texto, tendo em consideração questões sobre que locais eram acessíveis a pessoas com incapacidade e sobre os melhores eventos a visitar. Feito isto, iniciou-se a redação do roteiro acessível, como é possível ver abaixo:

Redação 1

Porto Acessível

Para além dos grupos de pessoas de diferentes nacionalidades que recebemos na nossa cidade, recebemos também pessoas com incapacidades motoras, visuais, auditivas e cognitivas. O que gostariam de fazer no Porto? E o que podem fazer? Encontramos diversas atividades e locais que podem e devem visitar.

Para se conseguirem deslocar pela cidade, os autocarros e o metro do Porto têm acessibilidade para transportar pessoas com incapacidade motora, assim como lugares específicos e especiais para os mesmos. Um dos melhores transportes que podem utilizar é o metro, pois este contém elevadores em todas as estações subterrâneas e integram um guia tátil que fornece informações sobre a localização do cais ou o destino da linha através de meios sonoros e visuais. Para usufruírem destes transportes, sugerimos que adquira o Porto. CARD para obterem entradas grátis no metro com o cartão Andante Tour.

Com isto, podem então visitar diversos locais com descontos e aproveitar todos os bons momentos que temos para oferecer. Na Casa da Música (50% desconto) existem acessos fáceis, assim como lugares designados, podendo assim assistir a espetáculos de música clássica e realizar visitas guiadas. Para além deste, o Teatro Nacional São João (50% desconto) é uma mais-valia para o público com limitações motoras, visuais e auditivas, porque proporciona espetáculos e atividades que incluem tradução em língua gestual portuguesa ou audiodescrição e visitas guiadas adaptadas à audiência. Adicionalmente, realiza sessões mais descontraídas, isto é, que não têm tanta afluência de pessoas, sendo mais fácil e prático para quem tem mobilidade reduzida.

Vários monumentos e museus também disponibilizam opções acessíveis. A Torre dos Clérigos (50% desconto) possibilita a entrada de cães-guias, permite que as pessoas utilizem o tato para ficar a conhecer melhor o local e incluem atividades adaptadas como tours realizadas por funcionários qualificados. A Fundação Serralves, que inclui o Museu de Arte Contemporânea e o seu Parque (20% desconto), é o local mais recomendado por nós e que não deve perder. Este promete fazer o que pode para dar a este público-alvo a maior acessibilidade possível, ao integrar elevador, rampas, cadeiras de rodas, casas de banho adaptadas, lugares de estacionamento específicos para pessoas com mobilidade reduzida, entre outros. Para além destas vantagens, oferecem visitas guiadas em Língua Gestual Portuguesa e Internacional, oficinas educativas para pessoas com incapacidades, audiodescrição da Casa de Serralves, um livro em braile e um website bastante acessível, que aconselhamos visitar para obter todas as informações sobre os seus benefícios.

Caso tenham vontade de passear e observar as lindas paisagens, podem sempre experienciar a natureza existente no Jardim do Palácio de Cristal, onde tem muito espaço para andar sem confusão, ver os animais que lá habitam e apreciar a maravilhosa vista do pôr do sol. Se preferir passear pela cidade, recomendamos a Rua da Santa Catarina, onde pode

perfeitamente andar de cadeira de rodas sem quaisquer problemas e visitar as diferentes lojas que lá se localizam, como, por exemplo, a Fnac (10% livros/ 5% discos) ou a Confeitaria Arcádia (10% desconto), para provar os melhores chocolates e bombons.

Assim pode passar umas férias descansadas e com muitas atividades acessíveis a todos. Aproveite esta oportunidade.

Para alcançar este produto final, segui então os diferentes aspetos mencionados antes e optei pelos locais mais interessantes e pertinentes a visitar na cidade. Este é um exemplo de um dos roteiros produzidos, os restantes estão em anexo de forma a ter um relatório mais organizado.

- Roteiro LGBTQ+ (Anexo 5)

O “Roteiro LGBTQ+” foi o tema mais elogiado pela minha supervisora e o mais requisitado da cidade, sendo que ainda só existia um no website *Visit Porto*. Mais uma vez, utilizei esse mesmo website para encontrar textos comparáveis de forma a produzir o este roteiro. Abaixo deixo um dos exemplos que li e me baseei:

Figura 13: Roteiro “Porto para famílias”

Reúna a família e venha até ao Porto. Aqui a diversão é garantida para todos: pais, filhos e até mesmo avós!

Não há melhor forma de começar o dia do que com um passeio pelo [Jardim Botânico](#) do Porto, local histórico onde poderão encontrar jardins de suculentas, estufas com plantas tropicais, orquídeas e até plantas aquáticas! E já que ali estão, aproveitem para visitar também a [Galeria da Biodiversidade – Centro Ciência Viva | Museu de História Natural e da Ciência da Universidade do Porto](#), espaço onde a ciência se cruza com a arte e a literatura, reúne todos os ingredientes necessários para manter a pequenada interessada!

Logo de seguida, rodeiem-se dos animais mais fofos no [Zoo Santo Inácio](#), o maior e mais verde parque zoológico do norte do país. Das suricatas às girafas, há doçura para todos os gostos.

Também podemos encontrar animais, ainda que ligados ao imaginário, no [Museu das Marionetas do Porto](#). É um mundo mágico onde crianças e adultos têm acesso às marionetas, adereços e outros objetos emblemáticos utilizados nos espetáculos do Teatro de Marionetas do Porto.

De seguida, aproveitem para reconstruir a fantástica odisseia dos navegadores portugueses e cruzem os oceanos em família no [World of Discoveries – Museu Interativo & Parque Temático](#). Da Índia a Macau, passando pelo Brasil, é garantido que se vão transformar nos novos descobridores portugueses!

Fonte: VisitPorto

Este é um roteiro que se intitula como “Porto para famílias” e onde irão encontrar diversas sugestões para visitar. É um roteiro simples, mas bastante rico em conteúdo, integrando uma linguagem turística adequada ao público-alvo, as famílias. Aqui podemos ver também que estava a mente a possibilidade de o público recetor ser direcionado para as crianças, incluindo atividades mais viradas para o entretenimento infantil.

Após isto foi então iniciada a redação do roteiro. Após alguma pesquisa, onde encontrei diversos locais, parti para uma seleção de alguns ao escolher os mais importantes da cidade, bem como alguns dos sítios mais desconhecidos pelas pessoas. Finalmente, iniciei a redação do roteiro ao apresentar ao leitor eventos e festivais que ocorrem na cidade, hotéis e alojamentos, espaços com intervenção cultural direcionada a este público, lojas de recordações, e, por fim, restaurantes e bares movimentados e com espetáculos exclusivos. Para além disto, decidi incluir algumas das atividades turísticas e locais culturais do Porto por serem também do interesse deste público. Sendo que o Porto tem tanto para oferecer, decidi colocar um pouco de tudo o que há para ver e fazer.

- Roteiro de Arte (Anexo 6)

Ainda no tema dos roteiros, também me foram solicitadas diversas vezes, redações de roteiros, mas apenas com os associados do Porto.CARD. Um exemplo foi o “Roteiro de Arte” que me foi solicitado pela minha supervisora de estágio, onde necessitava de criar um guia sobre a arte espalhada pelo Porto, incluindo os descontos do Porto.CARD. Este foi um pouco difícil no início; contudo, após alguma pesquisa sobre os associados e o seu conteúdo, foi possível produzir um texto bastante completo e agradável. Depois de algum tempo a selecionar o que havia de integrar no texto, comecei por sugerir uma visita guiada que foi especialmente criada para mostrar aos turistas a arte urbana da cidade, aconselhei a visita a alguns museus e galerias de forma a terem a escolha de ver arte moderna e interativa ou arte mais tradicional, inclui alguns dos monumentos mais arquitetonicamente apelativos de vislumbrar, e conclui com a apresentação de alguns workshops de arte que são possíveis realizar na cidade. Isto tudo a partir das atividades fornecidas pelos associados do cartão.

Podemos concluir que este teve a metodologia de trabalho igual à do roteiro “Porto Acessível”, isto é, tiveram de ser selecionados monumentos e atividades que fossem associadas ao Porto.CARD. Aqui a estratégia foi tentar incluir todo o tipo de arte que a cidade tem para oferecer de modo a agradar ao público-alvo interessado por arte.

- Textos de sugestão da semana (Anexo 7)

Adicionalmente a todos estes roteiros, também tive de criar pequenos textos de recomendação do que visitar para a newsletter do *Visit Porto*. Estes consistiam de pequenos textos de um parágrafo que somente serviam como sugestão da semana. Para realizar estes pequenos textos era-me atribuído o tema específico dessa semana e a partir dele tinha de escolher um local ou atividade para recomendar aos turistas.

Um deles foi na semana da Páscoa, sendo esse mesmo o tema da sugestão. Neste caso, sugeri uma mercearia onde poderiam ser comprados ou provados os diferentes doces típicos da Páscoa, fazendo uma pequena apresentação de como é celebrada

esta festividade no Porto e quais os doces mais populares. Uma outra sugestão surgiu do tema de “O que fazer num dia de chuva?”, tendo optado por um local abrigado. Ao discutir com a minha supervisora decidi recomendar a Alfândega do Porto, um edifício na cidade do Porto onde podem participar em eventos e exposições. Aqui coloquei um evento permanente, assim como sugeri as exposições temporárias que podiam ser visitadas na altura. Por último, e para dar um exemplo de uma atividade turística, realizei também um texto de recomendação sobre o tema “World Travel Awards”, ao qual o Porto estava nomeado para um prémio. Para este, optei por sugerir uma viagem num autocarro panorâmico que percorre a cidade toda e onde podem ser observados vários momentos e locais de prestígio da Invicta. Adicionalmente, coloquei o que esta viagem incluía e durante quanto tempo pode ser utilizada.

4.2.3.2. Lista de locais acessíveis realizada

Para além dos textos redigidos que foram apresentados no ponto anterior, também foi criada uma lista onde está incluída toda a informação importante sobre as atrações turísticas que são acessíveis a pessoas com incapacidades motoras, auditivas, mentais, entre outras.

- Listas de locais acessíveis (Anexo 8)

Uma outra tarefa que me foi atribuída, e já um pouco diferente da redação de textos, foi a angariação de uma lista de locais acessíveis no Porto. Esta adveio do tema do roteiro mencionado anteriormente, assim como da necessidade dos funcionários do posto de uma lista atualizada dos locais que podem sugerir aos turistas. Para a elaboração deste foi necessário fazer uma pesquisa mais exaustiva sobre os diversos locais acessíveis da cidade do Porto, tendo posteriormente realizado outras listas das cidades de Guimarães, Braga, Vila Real, Bragança e Viana do Castelo, isto é, da região Norte do país. Nesta lista coloquei atrações turísticas, alojamentos, atividades e transportes que possibilitem a acessibilidade a pessoas com incapacidades. Em

conjunto com estes, inclui o que cada um destes tem de acessível em caso de um turista o questionar.

Em suma, estas foram algumas das tarefas realizadas, todas estando à volta deste tipo de conteúdo. Estes foram bastante interessantes de criar, ao mesmo tempo que foram complicados. Surgiram vários obstáculos e problemas quando estes estavam a ser realizados e que tiveram de ser solucionados de alguma forma. No que toca à parte gráfica destes textos, o meu trabalho não incluiu o design dos mesmos, envolvendo somente a redação. Por um lado, gostaria de ter experienciado criar um roteiro esteticamente apelativo; no entanto, a produção destes textos acabou por ser bastante enriquecedora. Além disso, em termos de vocabulário, este não era muito diversificado devido a utilizar termos comuns e repetitivos no âmbito do turismo, mas os textos em si foram terminados integram uma linguagem cativante. No ponto seguinte serão apresentados alguns desses problemas e soluções.

4.2.3.3. Dificuldades e soluções encontradas

Foi durante esta experiência como estagiária na Associação de Turismo do Porto que criei pela primeira vez roteiros turísticos e vivenciei o trabalho duro que está por trás disso tudo. Como é óbvio, não produzi textos com excelente qualidade logo no início, mas acredito que após algum tempo a trabalhar neles ganhei um conhecimento mais aprofundado do mesmo. Para demonstrar isso, apresento aqui neste ponto alguns dos problemas com que me deparei e as soluções que tive de empregar.

Começando pelos roteiros turísticos que mencionei no ponto anterior, foram encontrados alguns obstáculos durante a realização dos mesmos. Por exemplo, quando estava a tentar escolher quais os locais a incluir no texto “Porto Acessível”, foi possível descobrir facilmente que tipo de acessibilidades alguns destes tinham, enquanto outros foram mais complicados. No caso dos transportes, o Metro e os autocarros STCP, foi bastante prático de recolher informação sobre a sua acessibilidade devido a ambos terem um website bastante completo e informativo, bastante esclarecedor sobre o seu tipo de transporte. Já no caso dos parques ou ruas,

foi necessário verificar com certidão que estas eram acessíveis, com rampas de acesso ou passeios sem paralelos e quais lojas ou cafés tinham nesses locais que pudessem ser facilmente acedidos por pessoas com incapacidades. No que toca aos principais monumentos incluídos no roteiro, estes contêm websites informativos e acessíveis, explicando com todo o detalhe o tipo de conteúdo que oferecem a estas pessoas.

O roteiro que tinha como público-alvo as pessoas aliadas ao LGBTQ+, ao contrário do anterior, já precisou de uma pesquisa mais aprofundada de forma a encontrar diversos locais que fossem dedicados ou que integrassem conteúdo direcionado a este público. Felizmente, a cidade do Porto inclui diferentes atividades e eventos sociais dirigidos a este público recetor, tendo sido bastante fácil começar a escrever o roteiro após escolhidos todas as atrações. O mesmo aconteceu no roteiro de arte, onde foi necessário encontrar os diferentes sítios que exibiam arte ou uma atividade que envolvesse a criação de algo artístico. Para além disso, este tinha de incluir associados do Porto.CARD, tendo sido esta pesquisa ainda mais difícil.

A redação dos próprios textos também teve alguma complicação, sendo estes os primeiros roteiros realizados no estágio. Para conseguir iniciar, resolvi fazer um estudo dos roteiros já existentes no website Visit Porto, mencionados anteriormente, para entender como era realizada a sua escrita e que tipo de linguagem utilizavam. Aqui deparei-me com textos bastante informativos e pormenorizados, incluindo uma linguagem bastante apelativa com adjetivação e perguntas retóricas. Foi a partir destes que finalmente comecei a escrever.

Decidi colocar uma introdução em todos os roteiros que se focasse no público-alvo e os chamasse à cidade, incluindo perguntas retóricas como **“O que gostariam de fazer no Porto? E o que podem fazer?”**. Estas, por exemplo, dão ênfase ao que as pessoas com incapacidades motoras ou mentais podem fazer para além do habitual e normal. Um exemplo mais concreto está no primeiro parágrafo no “Roteiro LGBTQ+” que ficou:

Redação 2

Portugal é considerado um dos melhores destinos para os turistas LGBTQ+, sendo também um dos únicos países que lhes atribui os mesmos direitos

que a população heterossexual tem. O Porto é uma das cidades de Portugal que oferece a este público-alvo diferentes tipos de atividades e locais para passarem umas boas férias, com entretenimento e descanso.

Este mostra o nosso país como um local que deve ser visitado por este público, atraindo-o ao acrescentar detalhes sobre os seus direitos particulares. Depois foco-me na cidade do Porto ao mencionar que ali irão encontrar o que querem e até mais do que pediram. Isto é, mais uma vez utilizo a introdução do texto para cativar o leitor a continuar a ler sobre as atividades que deve experienciar. No roteiro de arte, obviamente também inclui uma introdução assim, podendo ser observado isso mesmo na frase **“Para quem é apreciador de arte sugerimos que explore o que a cidade do Porto tem para oferecer dentro do mundo da Arte.”**.

A redação dos textos “Porto Acessível” e “Roteiro de Arte” tornou-se difícil pelo simples facto de que tinha de estar constantemente a verificar quais os associados do cartão Porto.CARD e que tipo de descontos tinham para poder integrá-los no texto: **“Torre dos Clérigos (50% desconto) possibilita a entrada de cães-guias, (...)”**; **“Pode começar por fazer uma visita guiada num tuk tuk com a Tukung People (15%), (...)”**. Já no caso do outro roteiro foi mais simples começar a escrever devido a não ter restrições dos locais a escolher, assim como não tinha de acrescentar descontos ou outro tipo de detalhes. Apenas era necessário incluir a informação principal sobre os locais para persuadir o público-alvo. Um exemplo está na frase **“O Pride Bar proporciona diferentes tipos de festas temáticas e shows, música, maioritariamente pop dos anos 80, e strip teasers masculinos e femininos.”** que apresenta um bar exclusivo para pessoas do grupo LGBTQ+ e os conteúdos que normalmente realizam.

Para tornar o texto mais apelativo, coloquei adjetivos qualificativos, nomes e verbos mais chamativos que embelezassem os diferentes locais, como, por exemplo, na seguinte frase:

Caso tenham vontade de passear e observar as lindas paisagens, podem sempre experienciar a natureza existente no Jardim do Palácio de Cristal, onde tem muito espaço para andar sem confusão, ver os animais que lá habitam e apreciar a maravilhosa vista do pôr do sol.

No caso do roteiro direcionado aos LGBTQ+, este integra uma linguagem diferente pelo motivo de constar de palavras típicas da cultura deste público-alvo. Por exemplo inclui termos como **“gay friendly”, “público gay”, “drag queen shows”** e muitos outros termos que, para este público, são palavras-chaves para os persuadir. No roteiro sobre arte, a parte mais difícil foi tentar incluir os diferentes tipos de arte que a cidade tem para oferecer, pois esta contém os mais variados produtos, desde a arte moderna aos artigos tradicionais. Para isso decidi então dividir o texto em duas partes, isto é, comecei por expor os lugares que exibem arte contemporânea, como o Museu de Arte Contemporânea de Serralves e o Porto Legends, e, numa segunda fase, coloco um lado mais tradicional, como a Casa da Guitarra e o Museu das Marionetas. Para não deixar os amantes de arquitetura de fora, também decidi incluir edifícios emblemáticos como o Palácio da Bolsa. Por fim, acrescentei algo que abrange e atrai todo o público-alvo, workshops de arte: **“Para fazer algo mais simples e acolhedor, passe pelo Zinda Atelier (10%), uma loja de cerâmica que vende produtos lindíssimos e típicos da região.”**

Para terminar, os textos decidi criar conclusões simples e atrativas que mostrassem a razão pela qual os turistas devem visitar a cidade e passar bons momentos: **“Assim pode passar umas férias descansadas e com muitas atividades acessíveis a todos. Aproveite esta oportunidade”**. No caso de um roteiro Porto.CARD é habitual mencionarem no final o cartão, então coloquei frases como **“Com o Porto.CARD pode fazer isto e muito mais.”** Para dar outro exemplo, no texto que tem como leitores o público *gay*, decidi incluir uma informação especial, ou seja, foi acrescentado que tipo de locais poderiam visitar se necessitassem de alguma ajuda: **“Caso tiverem necessidade de se informar sobre algo ou precisam de ajuda,**

sugerimos que contactem a Associação Plano i ou o Centro Gis, dois locais que promovem a igualdade de gênero e que podem ajudar bastante a comunidade LGBTQ+”.

Passando agora para os textos de recomendações acima mencionados, começo por afirmar que no início foi um pouco difícil de os criar, não tendo muita noção do tamanho e do que deveria incluir no mesmo. No entanto, com a ajuda da minha supervisora de estágio, consegui criar alguns textos apelativos e bastante interessantes.

Estes constavam de um simples parágrafo com talvez seis ou sete linhas de informação, assim como tinha de seguir um tema específico daquela semana. No texto sobre a Páscoa, o principal problema foi a questão de se escolhia uma igreja para visitar no dia de Páscoa, ou se escolhia uma padaria ou confeitaria com doces tradicionais da festividade. Após uma pesquisa sobre a Páscoa no Porto, descobri que existiam muitos locais que iriam vender doces tradicionais e, sendo que todas as pessoas adoram provar novos pratos, acabei por sugerir uma mercearia conhecida da cidade. Agora tinha de redigir o texto de forma a não ficar muito longo; contudo, sendo esta a minha primeira vez a escrever um texto deste estilo, acabou por ficar um pouco mais extenso do que o necessário:

Redação 4

A Páscoa está a chegar, e em Portugal esta festividade é considerada uma das mais importantes, sendo celebrada por muitas pessoas à volta do país. É a melhor altura do ano para visitar a cidade do Porto e ficar a conhecer a Páscoa tradicional portuguesa, principalmente a confeitaria nacional. No mês de abril irá encontrar por todo o lado amêndoas, ovos de chocolate e o famoso pão de ló, os doces mais comprados e consumidos nesta época. Sugerimos que faça uma visita à mercearia A Favorita do Bolhão onde pode comprar alguns destes doces e muito mais. É uma mercearia histórica e tradicional fundada em 1934 que vende todo o tipo de biscoitos, compotas, salgados e bebidas portuguesas. Para além destes, na altura de

Páscoa irá encontrar diversos tipos de amêndoas e ovos de chocolate com diferentes sabores e cores, assim tendo a oportunidade de provar os sabores típicos da cidade e da Páscoa.

Porém, posso afirmar que foi bem redigido e que tinha boa qualidade para poder incentivar os turistas a visitar este local. Foram utilizados vários termos e expressões chamativas, assim como foram descritos os diferentes doces que poderiam experimentar. Contém uma frase de introdução ao tema, bem como uma conclusão apelativa.

No segundo texto, foi criada uma recomendação de **“O que fazer num dia de chuva?”**, ficando na mente a realização de uma atividade no interior de algum edifício. Aqui decidi, de forma a haver mais opções, criar três textos diferentes sobre três atividades a realizar. Embora desse mais trabalho, não foram muito difíceis de escrever após já ter alguma experiência dos textos anteriores. A minha supervisora decidiu escolher o texto sobre a Alfândega do Porto, onde estavam a ocorrer várias exposições e eventos. Pessoalmente, sinto que este foi um dos melhores textos redigidos.

Redação 5

Está a visitar o Porto, mas está a chover? Não se preocupe, existem muitos locais possíveis de visitar e passar o seu tempo da melhor maneira e com a melhor companhia. Sugerimos que visite a Alfândega do Porto, um espaço repleto de eventos e espetáculos para ver e apreciar. Aqui irá encontrar duas furnas, a poente e a nascente, com diversas salas onde estão a ocorrer eventos que possam ser do seu interesse, desde o Porto Legends para a família, especialmente para as crianças, até à exposição da Frida Kahlo. Para além destes, podem usufruir de outro tipo de serviços, dependendo da exposição ou atividade que estiver a ocorrer, como, por exemplo, espetáculos, conteúdos audiovisuais, catering, entre muitos outros. Uma mais-valia deste edifício é que proporciona também conteúdos e infraestruturas adequadas e adaptadas para pessoas com

necessidades especiais e com mobilidade reduzida. Aproveite esta oportunidade de conhecer um local único e inovador da cidade Invicta!

Este tem como introdução uma pergunta retórica que dá vontade a quem está a ler de continuar e descobrir mais. Seguindo-se uma frase a assegurar que existem muitas atividades para fazer num dia de chuva. Aqui o turista já se sente cativado e curioso para poder experienciar a mesma. Para o tornar mais completo, descrevi o edifício da Alfândega e quais as exposições que podiam ser visitadas. Ao fazer isso, foquei-me principalmente no público-alvo das famílias que poderão trazer crianças que se querem divertir, enquanto os pais se entretêm com os diversos eventos. Sendo este um local acessível, optei por incluir também esse detalhe para quem estivesse interessado. Por fim, finalizei o texto mais uma vez com uma frase apelativa, fazendo com que este local mostra-se uma imagem única e merecedora de uma visita.

O terceiro texto teve como tema o **“World Travel Awards”**, um programa de prémios onde o Porto estava nomeado. Tendo em mente esta nomeação e a cidade em si, cheguei à conclusão que visitar um único monumento não chegaria para demonstrar a verdadeira essência da cidade. Todavia, decidi fazer um texto sobre a Torre dos Clérigos, o Monumento mais prestigiado da cidade. Continuando em dúvida, decidi fazer uma pesquisa sobre as visitas guiadas da cidade e optei por escrever também um texto sobre uma viagem a bordo de um autocarro panorâmico.

Redação 6

A cidade do Porto foi nomeada este ano em quatro categorias diferentes e poderá ter a oportunidade de ganhar mais um World Travel Awards, ou até mais. O Porto já é conhecido por ter diversos prémios culturais e turísticos, então sugerimos que visite esta magnífica cidade para poder entender a razão destas nomeações. Aconselhamos que faça uma excursão guiada num autocarro panorâmico da cidade como, por exemplo, o Yellow Bus. Este irá levá-lo por todos os locais mais prestigiados da cidade, ao mesmo

tempo que aprende um pouco sobre a sua história com os áudio guias que têm disponíveis. Pode escolher entre fazer uma visita de 24 ou 48 horas, tendo o benefício de poder entrar e sair do autocarro quando quiser. Não perca a chance de visitar o Porto e ficar a conhecer os locais mais bonitos de Portugal.

Podemos ver que esta viagem de autocarro permite percorrer toda a cidade e assim vislumbrar os vários monumentos e atrações, mostrando um pouco de tudo o que esta tem para oferecer. Este texto foi igualmente estruturado da mesma forma que os outros, ou seja, de modo a cativar o leitor a experienciar esta oportunidade.

Uma tarefa que me foi solicitada, foi a recolha de lugares acessíveis à volta da região Norte, sendo que o posto de turismo necessitava de uma lista completa e atualizada para proporcionar essa informação aos turistas. Este foi um dos trabalhos mais extensos que realizei devido à quantidade de pesquisa e leitura que tive de fazer sobre toda a região. Para não mencionar todas as regiões, vou focar-me na cidade do Porto, referenciando muito brevemente as outras.

O primeiro obstáculo que surgiu foi a estrutura da lista, isto é, o que teria de incluir para criar algo viável e coerente. Aqui surgiu outra dificuldade: por onde haveria de começar a procurar sobre esses locais. Primeiramente comecei pela internet, ao pesquisar sobre os locais acessíveis da cidade, encontrando alguma informação pertinente. Contudo, faltavam mencionar muitos monumentos conhecidos do Porto, assim como as atividades turísticas que muitas vezes podem integrar conteúdo acessível a pessoas com incapacidade. Devido a isto, recorri ao mapa da cidade onde posso encontrar vários pontos e ao guia do Porto.CARD onde tem bem explícito todas as atividades ou tours que existem à volta do Porto. Juntamente com a informação já obtida, foi angariando ainda mais ao pesquisar sobre cada um destes pontos. No final, consegui criar uma lista bastante completa e com toda a informação necessária de cada um dos locais. Para especificar, incluí atrações turísticas, desde a Casa da Música ao Sea Life Porto, Museus como o da 1ª Demarcação do Douro e o Museu do Carro Elétrico, tours guiadas, como os autocarros, os tuk tuks e os cruzeiros, alojamentos

com quartos adaptados, transportes públicos, Caves do Vinho do Porto e Miradouros com as melhores vistas. Mais uma vez, a parte complicada foi a pesquisa, porque após ter toda a informação angariada apenas tinha de colocar abaixo de cada local ou atividade o conteúdo acessível que continha.

O mesmo foi feito para as outras cidades, Guimarães, Braga, Vila Real, Bragança e Viana do Castelo; no entanto, não foi alcançado o mesmo resultado. Por não serem cidades tão grandes e visitadas como o Porto, tem muita falta de acessibilidade para pessoas com incapacidades. Na pesquisa também houve uma carência de informação por não existir qualquer panfleto ou livro informativo, nem qualquer website que ajudasse. Os monumentos mais conhecidos tinham informações essenciais para acrescentar na lista, mas não foi o suficiente para alcançar o nível de acessibilidade do Porto. As listas foram feitas e toda a informação possível de angariar está presente nas mesmas.

Para concluir, posso dizer que esta foi uma experiência única que me proporcionou com vários conhecimentos turísticos e também sobre a região norte de Portugal. Todos estes foram realizados sob a orientação da minha supervisora de estágio e todos foram uma mais-valia tanto para mim como para a associação. Aprendi muito sobre a redação de um texto turístico e sobre os principais requisitos de um posto de turismo. Estes andam sempre à volta do mesmo, tendo um vocabulário mais simples e repetitivo. Isso não deve ser considerado como um ponto negativo, mas sim uma das principais características dos textos turísticos, a sua persuasão e foco no tema do turismo.

5. Considerações finais

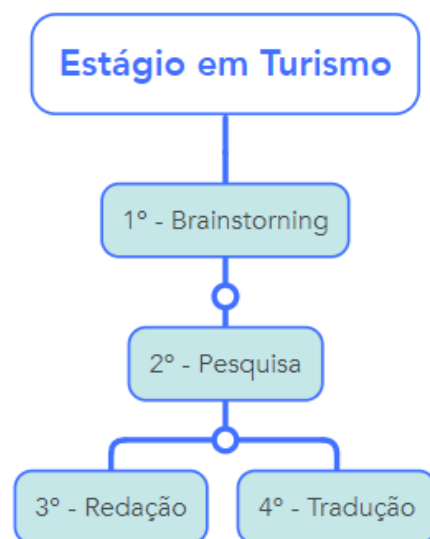
O estágio curricular na Associação de Turismo do Porto foi uma experiência bastante enriquecedora e motivante para o meu futuro profissional. Durante o estágio e a elaboração deste relatório foram estudadas diversas teorias ligadas ao turismo e foram colocadas em prática.

De forma resumida, neste relatório foi incluída a história do turismo e a sua evolução, principalmente a seu percurso em Portugal e na região Norte. Foi possível verificar um grande crescimento no setor nacional com a abertura do turismo neste período de pós-pandemia, assim trazendo ainda mais turistas a visitar o nosso país. Adicionalmente, prevêem um aumento de chegadas ao país superior ao do ano de 2019, ajudando muito na melhoria da economia nacional. Na cidade do Porto verificou-se isso mesmo, tendo recebido turistas de diversas nacionalidades desde março a junho deste ano. Os principais visitantes vinham da Espanha e da França, mas observou-se a chegada de turistas vindos dos Estados Unidos da América, do Reino Unido e da Itália. Podemos então afirmar que este foi um ano de sucesso para o turismo de Portugal.

A comunicação turística é também algo fulcral para alcançar uma interação coerente e perceptível entre o turista e os profissionais de turismo. O atendimento ao público nos postos de turismo do Porto é imprescindível para auxiliar os turistas em reservas, venda de bilhetes e a orientar-se no mapa da cidade. Para além deste, o conteúdo turístico como brochuras, roteiros, apresentações, entre outros, também são cruciais para mostrar aos turistas o que a cidade tem para oferecer e fornecer toda a informação adequada. Para isso, aqui entra a tradução de modo a proporcionar aos visitantes e interessados na cidade conteúdo compreensível e apelativo. Estes produtos, normalmente em texto, devem incluir adjetivos, nomes e verbos qualificativos, assim como elementos importantes como nomes de locais, expressões coloquiais que não têm tradução, e, de forma a chamar à atenção, perguntas retóricas ou curiosidades sobre a cidade. Estes são os principais aspetos que os conteúdos turísticos devem integrar de modo a atrair os turistas a visitar e a voltar sempre que quiserem.

Os objetivos expostos no início deste relatório foram todos atingidos com sucesso, como foi possível observar ao longo do documento. Foram criados diversos conteúdos turísticos, entre eles roteiros e sugestões de visita, e também traduções de qualidade em diferentes línguas. Adicionalmente foi criado conteúdo para uma língua fora das habituais, o italiano, sendo a minha segunda língua de trabalho. Para alcançar todos os objetivos foi realizada muita pesquisa sobre o turismo do Porto e Norte, assim como foram estudados todo o tipo de textos turísticos de modo a atingir resultados favoráveis.

Figura 14: Organograma da metodologia de trabalho



Fonte: Elaboração própria

Neste cronograma, podemos ver a interligação entre todas as tarefas realizadas. Em suma, o primeiro aspeto a considerar seria o *brainstorming* de ideias inovadoras e tópicos atuais; posteriormente passava à fase de pesquisa que estava relacionada com uma das ideias propostas; e, no final, era realizada a redação ou tradução do texto.

Esta experiência possibilitou-me expandir o meu conhecimento obtido enquanto estudante do mestrado de Tradução e Comunicação Multilíngue, tanto a tradução de

português para as minhas duas línguas de trabalho, inglês e italiano, como também a tradução de uma língua estrangeira para a minha língua nativa; forneceu-me mais conhecimento sobre o ramo do turismo e o tipo de conteúdo que deve ser levado em consideração para criar produtos turístico de qualidade; e proporcionou-me uma experiência única e inesquecível que me irá auxiliar bastante no meu futuro.

Para além disto, adquiri competências tecnológicas ao realizar revisões e formatações de alguns documentos, assim como competências de atendimento ao público através de uma comunicação na língua nativa do turista. As minhas competências tradutológicas detiveram igualmente algumas melhorias através da ultrapassagem de obstáculos que iam surgindo e da necessidade constante de traduzir os diversos e novos produtos turísticos. No que toca à criação de conteúdo, este foi um campo novo em que entrei, tendo um início mais complicado, mas tendo alcançado algum conhecimento que foi melhorando ao passar do tempo. Em geral, o trabalho que foi realizado no decorrer do estágio curricular foi bastante benéfico para a minha aprendizagem como pessoa individual e coletiva, sendo sempre necessário o trabalho em equipa. A experiência profissional foi deveras enriquecedora e interessante, sendo colocada a opção de procurar um trabalho futuro dentro deste ramo.

6. Referências Bibliográficas

BIBLIOGRAFIA

- Albergaria, I. (2019). *A tradução da cultura para o turismo em contexto digital*. [Relatório de Estágio, Universidade do Minho]. RepositóriUM. <http://hdl.handle.net/1822/64640>
- Baldissera, R. (2010). COMUNICAÇÃO TURÍSTICA. *Rosa Dos Ventos*, 2(1), 6–15. <https://www.redalyc.org/pdf/4735/473547085002.pdf>
- Bernardo, E. (2013). Uma Introdução ao Turismo - Conceitos, classificações e tipologias. *Centro de Investigação e Estudos de Sociologia – Instituto Universitário de Lisboa*, 164, 1-25. https://repositorio.iscte-iul.pt/bitstream/10071/9851/1/CIES-WP164_Bernardo.pdf
- Bondarenko, O. (2018). *O impacto económico do Turismo - o caso da cidade do Porto*. [Dissertação de Mestrado, Universidade do Porto]. Repositório Aberto da Universidade do Porto. <https://repositorio-aberto.up.pt/handle/10216/116405>
- Calvi, M. V., Silva, M., & Rafael, R. (2022). Gêneros Discursivos, Diversidade Cultural e Tradução de Textos Turísticos. *Cadernos de Tradução*, 42(1), 2-30. <https://doi.org/10.5007/2175-7968.2022.e79074>
- Coutinho, M. (2012). *Estudo empírico exploratório sobre os turistas no Porto*. [Dissertação de Mestrado, Universidade do Porto]. Repositório Aberto da Universidade do Porto. <https://repositorio-aberto.up.pt/handle/10216/76254>
- Devile, E. (2009). O Desenvolvimento do Turismo Acessível: dos Argumentos Sociais aos Argumentos de Mercado. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 11, 39–46. <https://proa.ua.pt/index.php/rtd/article/view/13485/9035>
- Duarte, R. (2017). *Tradução Turística*. [Relatório de Estágio, Universidade de Coimbra]. Repositório científico da UC. <http://hdl.handle.net/10316/85390>
- Giracca, M. (2013). *Os CULTUREMAS presentes nos Folhetos Turísticos na Região Sul do Brasil: As Técnicas Utilizadas pelos Tradutores*. [Dissertação de Mestrado, Universidade Federal de Santa Catarina]. Repositório Institucional da UFSC. <https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/107198>
- Gomes, E. (2020). *O Papel da Tradução no Turismo. O Caso Específico da Gastronomia*. [Relatório de Estágio, Universidade de Coimbra]. Repositório científico da UC. <http://hdl.handle.net/10316/93757>

- Instituição Nacional de Estatística. (2022). *Estatísticas do Turismo - 2021*. https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_publicacoes&PUBLICACOESpub_boui=22122921&PUBLICACOESstema=55581&PUBLICACOESmodo=2
- Instituto Nacional de Estatística. (2021). *Estatísticas do Turismo - 2020*. https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_publicacoes&PUBLICACOESpub_boui=280866098&PUBLICACOESstema=55581&PUBLICACOESmodo=2
- Instituto Nacional de Estatística. (2020). *Estatísticas do Turismo - 2019*. https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_publicacoes&PUBLICACOESpub_boui=133574&PUBLICACOESstema=55581&PUBLICACOESmodo=2
- Instituto Nacional de Estatística. (2022, setembro 14). *Dormidas ultrapassam os níveis de 2019 em todas as regiões, exceto no Algarve – Julho de 2022* [Destaque eletrónico] Atividades Turísticas, Lisboa. https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_destaqueseDESTAQUESdest_boui=539848973&DESTAQUESmodo=2
- Martins, A. R. (2019b). *Estágio no Posto de Turismo de Guimarães: A tradução e atendimento ao público no contexto turístico*. [Relatório de Estágio, Universidade do Minho]. RepositóriUM. <http://hdl.handle.net/1822/64666>
- Martins, C. (2019). *O Cenário Turístico no Porto e Norte de Portugal - Fatores de Atração do Turismo*. [Dissertação de Mestrado, Universidade do Minho]. RepositóriUM. <http://hdl.handle.net/1822/60998>
- Martins, H., Silva, C., Pinheiro, A., & Gonçalves, E. (2021). A importância da marca no turismo: o caso da entidade regional do Turismo do Porto e Norte de Portugal. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 19(4), 753–762. https://riull.ull.es/xmlui/bitstream/handle/915/25709/PS_19_4%20%282021%29_08.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Moreira, C. (2019). *Turismo Desportivo no destino Porto - O caso do Futebol Clube do Porto*. [Dissertação de Mestrado, Instituto Politécnico do Porto]. Repositório Científico do Instituto Politécnico do Porto. <https://recipp.ipp.pt/handle/10400.22/13677>
- Muñoz, I. (2012). Caracterización de la Traducción Turística: Problemas, Dificultades Y Posibles Soluciones. *Revista de Lingüística y Lenguas Aplicadas*, 7, 103–113. <http://ojs.cc.upv.es/index.php/rdlyla/article/view/1127>
- Rodrigues, B. (2018). *Turismo Cultural e Desenvolvimento. A Rota das Catedrais e o Caso de Santarém*. [Tese de Doutoramento, Universidade de Coimbra]. Repositório científico da UC. <http://hdl.handle.net/10316/33090>

- Santos, A. R. (2016). *Considerações Sobre a Localização do Texto Turístico*. [Relatório de Estágio, Universidade Nova de Lisboa]. Repositório Universidade Nova. <http://hdl.handle.net/10362/19614>
- Silvestre, D. (2020). *Turismo e Tradução (Terá algum dos T'S mais relevância no contexto cultural?)*. [Relatório de Estágio, Universidade de Coimbra]. Repositório científico da UC. <http://hdl.handle.net/10316/93673>
- Vasconcelos, E. (2015). *O Turismo acessível no Porto - análise da oferta turística da cidade*. [Dissertação de Mestrado, Universidade do Porto]. Reportório Aberto da Universidade do Porto. <https://repositorio-aberto.up.pt/handle/10216/79463>
- Voisin, J. (2006). Comunicação Turística, memória, identidade: uma proposta de abordagem e dois casos (Ilhéus-Bahia e La Rochelle-França). In Simões, M (Ed.), *Identidade Cultural e Expressões Regionais - estudos sobre a Literatura, Cultura e Turismo* (pp. 101–111). EDITUS – EDITORA DA UESC. <http://www.uesc.br/editora>
- Zanoletty, R. (2005). Del Registro al Género: Problemas de Traducción de Expresiones Coloquiales en Textos Específicos del Setor Turístico. *Quaderns de Filologia. Estudis Lingüistics*, 10, 173–186. <https://ojs.uv.es/index.php/qfilologia/article/view/5087>


WEBGRAFIA

- Associação de Turismo do Porto e Norte. (2022). Quem somos. https://www.portocvb.com/quem_somos
- Câmara Municipal do Porto. (2022). Juventude. <https://www.cm-porto.pt/juventude/juventude>
- Câmara Municipal do Porto. (2022). Urbanismo. <https://www.cm-porto.pt/urbanismo/urbanismo>
- Organização Mundial de Turismo, (2022). Global and Regional Tourism Performance. <https://www.unwto.org/tourism-data/global-and-regional-tourism-performance>
- Organização Mundial de Turismo, (2022). International Tourism and Covid. <https://www.unwto.org/tourism-data/international-tourism-and-covid-19>
- Turismo do Porto e Norte de Portugal. (2022). Apresentação Institucional. <http://www.portoenorte.pt/pt/porto-e-norte/>
- Turismo de Portugal. (2022). Organização Mundial do Turismo (OMT/UNWTO) - Relações Internacionais. http://www.turismodeportugal.pt/pt/quem_somos/cooperacao-internacional/Paginas/organizacao-mundial-do-turismo-omt.aspx

7. Anexos

Anexo 1

Texto de Partida



Porto. CARD
OFFICIAL CITY PASS

Visit Porto.

ASSOCIAÇÃO DE TURISMO DO PORTO E NORTE
porto@norte™

The image shows a hand holding a blue Porto. CARD. The card features the text 'Porto. CARD OFFICIAL CITY PASS' and 'Dias Dias Days Jours'. The background is white with a large, faint 'Visit Porto.' watermark. A dark blue footer contains the 'Visit Porto.' logo and the 'ASSOCIAÇÃO DE TURISMO DO PORTO E NORTE porto@norte™' logo.

Breve Apresentação

O Porto. CARD é a melhor forma de explorar a cidade e a região, permitindo:

- O acesso gratuito ou com desconto em mais de 170 pontos de interesse, entre os quais Museus e Monumentos, salas de espetáculos, caves de Vinho do Porto, Cruzeiros no Rio Douro, circuitos turísticos, restaurantes, lojas, entre muitos outros;
- Acesso preferencial a oportunidades exclusivas, por exemplo happy hours.

Objetivo ➔ promover a cidade e a marca Porto. como destino de excelência.



Visit Porto.

ASSOCIAÇÃO DE TURISMO DO PORTO E NORTE
porto@norte™

The image shows a dark blue footer with the 'Visit Porto.' logo on the left and the 'ASSOCIAÇÃO DE TURISMO DO PORTO E NORTE porto@norte™' logo on the right.



Como funciona?

Visit Porto.



Modalidades

1. Versão Pedonal (sem transporte)



Visit Porto.



Modalidades

2. Versão com transporte



Acesso ilimitado aos transportes públicos
Metro + Comboios Urbanos + Bus STCP
Elétrico não está incluído

Visit Porto.



Modalidades

2. Versão com transporte

3 ^{72€}

Porto.CARD
OFFICIAL CITY PASS
3 Dias
Days / Jours

+

3 andante tour

Acesso ilimitado aos transportes públicos
Metro + Comboios Urbanos + Bus STCP
Elétrico não está incluído

4 ^{96€}

Porto.CARD
OFFICIAL CITY PASS
4 Dias
Days / Jours

+

3 andante tour

+

1 andante tour

Visit Porto.

ASSOCIAÇÃO
DE TURISMO DO
PORTO
PORTO
norte

Modalidades

Preço Venda ao Público

OPTIONS MODALIDADES	WALKER PEDONAL	PEATONAL PIÉTON	TRANSPORT TRANSPORTE
1 ^{24€} day día dia jour	€ 6.00	€ 6.00	€ 13.00
2 ^{48€} days días dias jours	€ 10.00	€ 10.00	€ 20.00
3 ^{72€} days días dias jours	€ 13.00	€ 13.00	€ 25.00
4 ^{96€} days días dias jours	€ 15.00	€ 15.00	€ 33.00

Visit Porto.

ASSOCIAÇÃO
DE TURISMO DO
PORTO
PORTO
norte



O que inclui?

Visit Porto.

ASSOCIAÇÃO
DE TURISMO DO
PORTO
PORTO
norte

Benefícios Porto.CARD

Descontos num total de 172 atividades

Museus e Monumentos e Centros Temáticos: 34	Circuitos Rodoviários: 7
Enoturismo: 14 (10 caves + 4 quintas)	Cruzeiro Pontes: 5
Provas de Vinho: 3	Cruzeiros 1 Dia: 2
Bares e Discotecas: 4	late: 1
Teatros e Salas de Concertos: 6	Outros circuitos: 5
Desporto: 2	Natureza e Aventura: 6
Salas e Parques de diversão: 2	Comer e Beber: 26
Alugueres: 6	Fado: 4
Circuitos Aéreo: 3	Lojas: 20
Circuitos guiados em bicicleta: 4	Parques de Estacionamento: 5
Walking tours: 7	Outros Transportes: 3
Autocarros Panorâmico: 3	

Visit Porto.



Benefícios Porto.CARD

Entradas Gratuitas e Descontos até 50%

Entrada Gratuita em 6 Museus
50% em 14 Monumentos
Até 50% nas Caves de Vinho do Porto
50% em 5 Salas de Concerto e Teatro
Até 25% Walking Tours
Até 25% Autocarros Panorâmicos
20% Cruzeiros no Douro
Até 25% Lojas
Até 20% Restaurantes

Visit Porto.



Benefícios na Região

PORTO

- 31 Museus e Monumentos e Centros Temáticos. Gratuito ou até 50%
- 3 locais para Prova de Vinhos. Até 25%
- 4 Bares e Discotecas. 10%
- 6 Teatros e Salas de Concerto. Até 50%
- 2 Salas e Parques de Diversão. 10%
- 4 Opções de Alugueres. Até 15%
- 2 Circuitos Aéreos. Até 25%
- 4 Circuitos Guiados em Bicicleta. Até 15%
- 6 Walking Tours. Até 25%
- 3 Autocarros Panorâmicos. Até 25%
- 4 Circuitos Rodoviários. Até 20%
- 3 Cruzeiro Pontes. 20%
- 5 Outros Circuitos. Até 25%
- 2 Experiência de Natureza e Aventura. Até 20%
- 26 locais para Comer e Beber. Até 20%
- 4 locais para Fado. Até 10%
- 20 Lojas Compras. Até 20%
- 5 Parques de Estacionamento. Até 48%



Visit Porto.



Benefícios na Região À VOLTA DO PORTO

- 2 Centros Temáticos. Até 40%
- 10 Caves de Vinho do Porto. Até 50%;
- 1 Museu. 50%
- Desporto- 2 escolas de Surf. Até 15%;
- 1 Compras / Shopping. 10%;
- 1 Circuito Aéreo. 10%;
- 2 Cruzeiros das Pontes. 20%;
- 1 Passeio em late. 10%;
- 1 Aluguer de autocaravana. 10%;



Visit Porto.



Benefícios na Região DOURO

- 3 Quintas- Produtores de Vinho. Até 30%
- 2 Cruzeiros diários. Até 20%;
- 1 Tour de 3 dias. 16%;
- 4 circuitos rodoviários em mini-van. Até 20%;
- 2 circuitos rodoviários privados. Até 20%;
- 2 circuitos rodoviários em mini-bus. Até 25%;
- 1 transfer privado. Até 15%;
- 1 Aluguer de autocaravana. 10%;



Visit Porto.



Benefícios na Região MINHO

- 1 Quinta- Produtor de Vinho Verde (Celorico de Bastos). Até 10%;
- 4 circuitos rodoviários em mini- van. Até 20%;
- 2 circuitos rodoviários privados. Até 20%;
- 2 circuitos rodoviários em mini-bus. Até 25%;
- 1 circuito rodoviário em mini- van ao Gerês. 15%;
- Natureza e Aventura- possibilidade de praticar canyoning e rafting. 10%;
- 1 tour guiado de 1 dia em 4x4. 10%;
- 1 Aluguer de autocaravana. 10%;
- Desconto nos comboios urbanos para Guimarães e Braga. 10%



Visit Porto.





Como Funciona?

Visit Porto.



Como é que o Cliente ativa o Porto.CARD?



O cartão para os descontos e entradas gratuitas ficará ativo após **inscrição da data e a hora do início** em que pretende começar a utilizar o cartão. Basta que o cliente o apresente junto das entidades associadas do cartão para beneficiar de todas as vantagens.



O cartão de transportes **Andante Tour** é ativado assim que o cliente o validar nas máquinas existentes nas paragens dos transportes ou a bordo dos veículos.



Os cartões podem ser ativados **em momentos diferentes** - o cartão de descontos pode ser utilizado a partir do momento em que coloca a data e hora e o título de transporte a partir da sua primeira ativação numa das máquinas existentes para o efeito.

Visit Porto.



Materiais de Apoio

Todas as vendas do Porto.Card são acompanhadas do seguinte material entregue ao cliente:

- Mapa turístico do Porto, que auxilia o cliente na localização dos locais onde pode usufruir dos descontos, bem como orienta em relação as linhas de Metro
- Guia de Descontos Porto.Card



Condições Gerais de Utilização do Porto.CARD

É pessoal e intransmissível

É válido depois de preenchido com a data de início de utilização

Não é recarregável

Não inclui Elétrico

Dá acesso às entradas gratuitas e aos descontos apenas uma vez, sendo de uso ilimitado nos transportes, durante o período de validade do cartão

Para usufruir do desconto, o cartão deve ser apresentado antes de efetuar o pagamento

Perdas, furtos ou não utilização do cartão não dão lugar a reembolso ou substituição

Visit Porto.

ASSOCIAÇÃO DE TURISMO DO PORTO
porto:norte™



Onde Adquirir?

Visit Porto.

ASSOCIAÇÃO DE TURISMO DO PORTO
porto:norte™

Pontos de Venda

Pode adquirir o Porto.CARD:

1. Postos de turismo



Posto de Turismo da Sé

Calçada de D. Pedro Pitões, 15



Porto Welcome Center

Praça Almeida Garret, 27



iPoint Aliados

Rua Sampaio Bruno c/ Praça da Liberdade

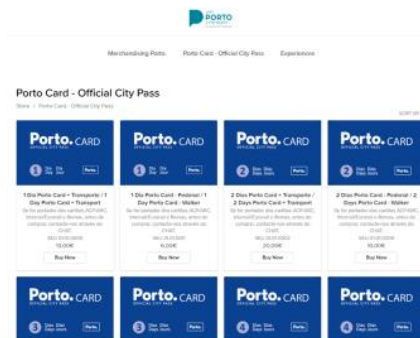
Visit Porto.

ASSOCIAÇÃO DE TURISMO DO PORTO
porto:norte™

Como é que o Cliente ativa o Porto.CARD

2. Online

Compre [aqui](#).



Processo de Compra Online



Troca do Voucher no Destino

- Após a compra online o cliente terá de efetuar a troca do voucher num dos seguintes locais:



Porto.CARD
OFFICIAL CITY PASS

4 Dias
Days
Jours

Qual a Poupança?

Visit Porto.

ASSOCIAÇÃO PORTO e NORTE **porto=norte**

Qual a poupança para o cliente?

Alguns exemplos

Atração	Preço PVP	Preço c/ Porto.CARD	Poupança
Casa do Infante	€2,20	Grátis	€2,20
Museu Romântico	€2,20	Grátis	€2,20
Museu do Papel Moeda	€5,00	Grátis	€5,00
Igreja e Torre dos Clérigos	€6,00	€3,00	€3,00
MMIPO	€6,00	€3,00	€3,00
Palácio da Bolsa	€10,00	€7,50	€2,50
Visita Premium Real Companhia Velha	€15,00	€7,50	€7,50
Igreja S. Francisco	€7,50	€6,00	€1,50



PEDONAL 2 dias
Custo: 10,00€

Visit Porto.

ASSOCIAÇÃO PORTO e NORTE **porto=norte**

Qual a poupança para o cliente?

Alguns exemplos

Atração	Preço PVP	Preço c/ Porto.CARD	Poupança
Autocarro turístico 2 dias	€20,00	€15,00	€5,00
Fundação Serralves	€20,00	€16,00	€4,00
Cruzeiro 6 Pontes	€15,00	€12,00	€3,00
Sea Life	€13,95	€11,16	€2,79
Visita guiada à Casa da Música	€10,00	€7,50	€2,50
Total			€44,19



PEDONAL 2 dias
Custo: 10,00€

Poupança 44,19€	-	Preço Porto.CARD 10,00€	=	No total poupou 34,19€
--------------------	---	----------------------------	---	---------------------------

Visit Porto.

ASSOCIAÇÃO PORTO e NORTE **porto=norte**

Qual a poupança para o cliente?

Alguns exemplos

Atração	Preço PVP	Preço c/ Porto.CARD	Poupança
Casa do Infante	€2,20	Grátis	€2,20
Museu Romântico	€2,20	Grátis	€2,20
Museu do Papel Moeda	€5,00	Grátis	€5,00
Igreja e Torre dos Clérigos	€6,00	€3,00	€3,00
MMIPO	€6,00	€3,00	€3,00
Palácio da Bolsa	€10,00	€7,50	€2,50
Visita Premium Real Companhia Velha	€15,00	€7,50	€7,50
Igreja S. Francisco	€7,50	€6,00	€1,50
Autocarro turístico 2 dias	€20,00	€15,00	€5,00



TRANSPORTES 2 dias
Custo: 20,00€

Inclui acesso ao transporte público ilimitado.
Autocarro +Metro + Comboio até Valongo, Trofa e Espinho

Visit Porto.



Qual a poupança para o cliente?

Alguns exemplos

Atração	Preço PVP	Preço c/ Porto.CARD	Poupança
Fundação Serralves	€20,00	€16,00	€4,00
Cruzeiro 6 Pontes	€15,00	€12,00	€3,00
Sea Life	€13,95	€11,16	€2,79
Visita guiada à Casa da Música	€10,00	€7,50	€2,50
Custo título de transporte (2 títulos diários)	€14,00		€14,00
Total			€58,19



TRANSPORTES 2 dias
Custo: 20,00€

Inclui acesso ao transporte público ilimitado.
Autocarro +Metro + Comboio até Valongo, Trofa e Espinho

Poupança
58,19€

– Preço Porto.CARD
20,00€

= No total
poupou 38,19€

Visit Porto.



Onde Estamos?

Visit Porto.



Acolhimento Presencial- Postos de Turismo



Acolhimento Não Presencial

Serviço Live Chat www.visitporto.travel www.feelthecall.pt	Atendimento Telefónico +(351) 93 555 7024	<p>Powered by LiveChat</p>
WhatsApp (+351) 938 668 462	E-mail info@visitportoandnorth.travel	
Correspondência	Redes Sociais	

Uma equipa jovem e especializada está disponível **todos os dias** das 9h00 às 19h00 para responder a todas as suas questões e dar-lhe as melhores dicas.



Texto de Chegada

Porto. CARD OFFICIAL CITY PASS



Visit Porto.



Brief Introduction

The Porto. CARD is the best way to explore the city and the region, allowing:

- Free or discount access in more than 170 points of interest, including Museums and Monuments, concert halls, the Port Wine Cellars, Cruises on the Douro River, tourist tours, restaurants, stores, among many others;
- Preferential access to exclusive opportunities like, for example, happy hours.

Objective ➡ promote the city and Porto. brand as a destination of excellence.



Visit Porto.



How does it work?

Visit Porto.



Modalities

1. Walker Version (without transports)



Modalities

2. Version with transports



Modalities

2. Version with transports



Modalities

Retail Selling Price

OPTIONS MODALIDADES	WALKER PEDONAL	PEATONAL PIÉTON	TRANSPORT TRANSPORTE
1 ^{24h} day día dia jour	€ 6.00	€ 6.00	€ 13.00
2 ^{48h} days días dias jours	€ 10.00	€ 10.00	€ 20.00
3 ^{72h} days días dias jours	€ 13.00	€ 13.00	€ 25.00
4 ^{96h} days días dias jours	€ 15.00	€ 15.00	€ 33.00



What does it include?



Benefits Porto.CARD

Discounts on a total of 172 activities

- Museums and Monuments and Theme Centres: 34
- Wine Tourism: 14 (10 cellars + 4 wine producers)
- Wine Tasting: 3
- Bars and Discos: 4
- Theatres and Concert Halls: 6
- Sports: 2
- Entertainment Venues: 2
- Rentals: 6
- Air Tours: 3
- Guided Bike Tours: 4
- Walking tours: 7
- Sightseeing Bus: 3
- Road Tours: 7
- Bridges Cruise: 5
- 1 Day Cruises: 2
- Yacht: 1
- Other Tours: 5
- Nature and Adventure: 6
- Food and Drink: 26
- Fado: 4
- Stores: 20
- Parking: 5
- Other Transport: 3



Benefits Porto.CARD

Free access and Discounts up to 50%

Free access to 6 Museums

50% on 14 Monuments

Up to 50% in the Port Wine Cellars

50% on 5 Theatres and Concert Halls

Up to 25% on Walking Tours

Up to 25% on Sightseeing Buses

20% on Douro's Cruises

Up to 25% on Stores

Up to 20% on Restaurants

Visit Porto.



Benefits in the Region

PORTO

- 31 Museums and Monuments and Theme Centres. Free or up to 50%
- 3 places for Wine Tasting. Up to 25%
- 4 Bars and Discos. 10%
- 6 Theatres and Concert Halls. Up to 50%
- 2 Entertainment Venues. 10%
- 4 Rental Options. Up to 15%
- 2 Air Tours. Up to 25%
- 4 Guided Bike Tours. Up to 15%
- 6 Walking Tours. Up to 25%
- 3 Sightseeing Buses. Up to 25%
- 4 Road Tours. Up to 20%
- 3 Bridges Cruise. 20%
- 5 Other Tours. Up to 25%
- 2 Nature and Adventure Experiences. Up to 20%
- 26 places with Food and Drinks. Up to 20%
- 4 places with Fado. Up to 10%
- 20 Shopping Stores. Up to 20%
- 5 Parking. Up to 48%



Visit Porto.



Benefits in the Region

AROUND PORTO

- 2 Theme Centres. Up to 40%
- 10 Port Wine Cellars. Up to 50%;
- 1 Museum. 50%
- Sports - 2 Surf Schools. Up to 15%;
- 1 Shopping. 10%;
- 1 Air Tour. 10%;
- 2 Bridges Cruises. 20%;
- 1 Yacht Trip. 10%;
- 1 Motorhome Rental. 10%;



Visit Porto.



Benefits in the Region DOURO

- 3 Wine Producers. Up to 30%
- 2 Daily Cruises. Up to 20%;
- 1 Tour of 3 days. 16%;
- 4 road tours in a mini-van. Up to 20%
- 2 private road tours. Up to 20%;
- 2 road tours in a mini-bus. Up to 25%;
- 1 private transfer. Up to 15%;
- 1 Motorhome Rental. 10%;



Visit Porto.



Benefits in the Region MINHO

- 1 White Wines Producer (Celorico de Bastos). Up to 10%;
- 4 road tours in a mini- van. Up to 20%;
- 2 private road tours. Up to 20%;
- 2 road tours in a mini-bus. Up to 25%;
- 1 road tour to Gerês in a mini- van. 15%;
- Nature and Adventure - possibility to practice canyoning and rafting. 10%;
- 1 guided tour of 1 day in a 4x4. 10%;
- 1 Motorhome Rental. 10%;
- Discounts on the urban trains to Guimarães and Braga. 10%



Visit Porto.



How does it work?

Visit Porto.



How does the client activate the Porto.CARD?



The discount and free access card will be active after **registration of the date and the hour that you pretend to start using the card**. The client only needs to present it to the entities associated with the card to benefit from all the advantages.



The Andante Tours transport card is activated as soon as the client validates it in the existing machines in the transport stops or on board the vehicles.



The card can be activated at different **moments** - the discount card can be used from the moment you write down the date and hour, and the transport tickets from it's first validation in a existent machine for that purpose.

Visit Porto.



Support Materials

Every Porto.Card sale is accompanied by the following materials given to the client:

- Porto's Tourism map, which helps the client locate the places where he can take advantage of the discounts, as well as directs him to the Metro lines
- Porto.Card's Discount Guide



Visit Porto.



General Conditions of Use of the Porto.CARD

It's personal and non-transferable

It's valid once it has been filled with the starting date of use.

It isn't rechargeable

Doesn't include the Tram

Gives access to the free entrances and discounts only one time, being of unlimited use on transports during the validity period of the card

To take advantage of the discount, the card must be presented before making the payment

Loss, theft or non-use of the card does not give rise to reimbursement or replacement

Visit Porto.



Where to Purchase?

Visit Porto.

ASSOCIAÇÃO REGIONAL DO PORTO e NORTE **porto:norte™**

Points of Sale

You can purchase the Porto.CARD:

1. Tourism Offices



Calçada de D. Pedro Pitões, 15



Praça Almeida Garrett, 27



Rua Sampaio Bruno c/ Praça da Liberdade

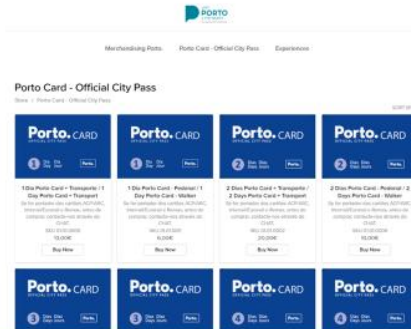
Visit Porto.

ASSOCIAÇÃO REGIONAL DO PORTO e NORTE **porto:norte™**

How does the client activate the Porto.CARD

2. Online

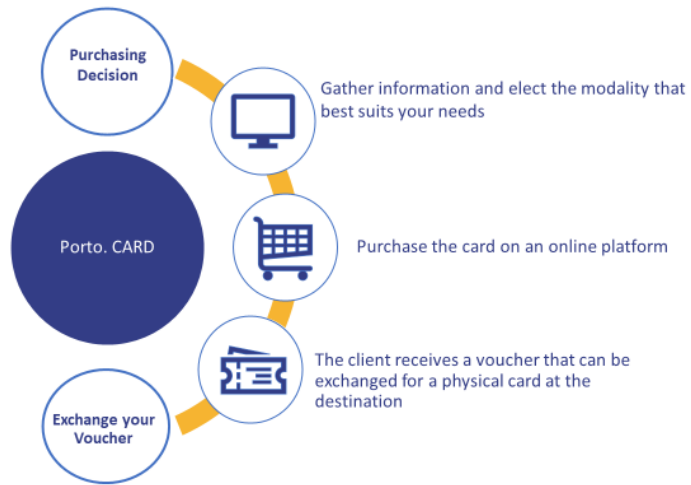
Purchase [here](#).



Visit Porto.

ASSOCIAÇÃO REGIONAL DO PORTO e NORTE **porto:norte™**

Online Purchasing Process



Visit Porto.



Voucher Exchange at Destination

- After the online purchase, the client will have to exchange the voucher at one of the following places:



Interactive Tourist Shop on Sá Carneiro's Airport, 0 Floor



Sé's Tourism Office, Calçada D. Pedro Pitões, 15, Porto



Porto Welcome Center, Praça Almeida Garrett, 27, Porto.



Visit Porto.



What are the savings?

Visit Porto.



What are the savings for the client?

Some examples

Attraction	PVP Price	Price with Porto.CARD	Saving
Casa do Infante	€2.20	Free	€2.20
Museu Romântico	€2.20	Free	€2.20
Museu do Papel Moeda	€5.00	Free	€5.00
Igreja e Torre dos Clérigos	€6.00	€3.00	€3.00
MMIPO - Museu e Igreja da Misericórdia do Porto	€6.00	€3.00	€3.00
Palácio da Bolsa	€10.00	€7.50	€2.50
Premium Tour Real Companhia Velha	€15.00	€7.50	€7.50
Igreja S. Francisco	€7.50	€6.00	€1.50



WALKER 2 days
Price: €10.00

Visit Porto.



What are the savings for the client?

Some examples

Attraction	PVP Price	Price with Porto.CARD	Saving
Tourist Bus 2 days	€20.00	€15.00	€5.00
Fundação Serralves	€20.00	€16.00	€4.00
Cruzeiro 6 Pontes	€15.00	€12.00	€3.00
Sea Life	€13.95	€11.16	€2.79
Guided tour to Casa da Música	€10.00	€7.50	€2.50
Total			€44.19

Saving €44.19

-

Porto.CARD
Price €10.00

=

In total you've
saved €34.19



WALKER 2 days
Price: €10.00

Visit Porto.



What are the savings for the client?

Some examples

Attraction	PVP Price	Price with Porto.CARD	Saving
Casa do Infante	€2.20	Free	€2.20
Museu Romântico	€2.20	Free	€2.20
Museu do Papel Moeda	€5.00	Free	€5.00
Igreja e Torre dos Clérigos	€6.00	€3.00	€3.00
MMIPO - Museu e Igreja da Misericórdia do Porto	€6.00	€3.00	€3.00
Palácio da Bolsa	€10.00	€7.50	€2.50
Premium Tour Real Companhia Velha	€15.00	€7.50	€7.50
Igreja S. Francisco	€7.50	€6.00	€1.50
Tourist Bus 2 days	€20.00	€15.00	€5.00



TRANSPORT 2 days
Price: €20.00

Includes unlimited access to public transportation
Bus + Metro + Train to Valongo, Trofa and Espinho

Visit Porto.



What are the savings for the client?

Some examples

Attraction	PVP Price	Price with Porto.CARD	Saving
Fundação Serralves	€20.00	€16.00	€4.00
Cruzeiro 6 Pontes	€15.00	€12.00	€3.00
Sea Life	€13.95	€11.16	€2.79
Guided tour to Casa da Música	€10.00	€7.50	€2.50
Price of transport ticket (2 daily tickets)	€14.00		€14.00
Total			€58.19



TRANSPORT 2 days
Price: €20.00

Includes unlimited access to public transportation Bus + Metro + Train to Valongo, Trofa and Espinho

Saving €58.19 - Porto.CARD Price €20.00 = In total you've saved €38.19

Visit Porto.

Where are we?

Visit Porto.

Presential Reception - Tourism Office's



Sé's Tourism Office

Calçada de D. Pedro Pitões, 15



Porto Welcome Center

Praça Almeida Garret, 27



iPoint Aliados

Rua Sampaio Bruno c/ Praça da Liberdade




Airport Interactive Store


Francisco Sá Carneiro's Airport, 0 Floor (arrivals area)

Visit Porto.

Non-Presential Reception

 Live Chat Service
www.visitporto.travel
www.feelthecall.pt

 Telephone Service
+(351) 93 555 7024

 WhatsApp
+(351) 938 668 462

 Email
info@visitportoandnorth.travel

 Correspondence


 Social Media

... Bem-vindo(a) ao VISITPORTO LiveCh...

Porto&North of Portugal

Porto&North of Portugal 18:16
Olá, posso ajudar?

Escreve uma mensagem...

Powered by  LiveChat

A young and specialised team is available **everyday** from 9 am to 7pm to answer all your questions and give you the best tips.

Visit Porto.  **porto=norte**

Porto. CARD
OFFICIAL CITY PASS

HOSTING & MARKETING DEPARTMENT

 **porto=norte**

Anexo 2

Texto de Partida

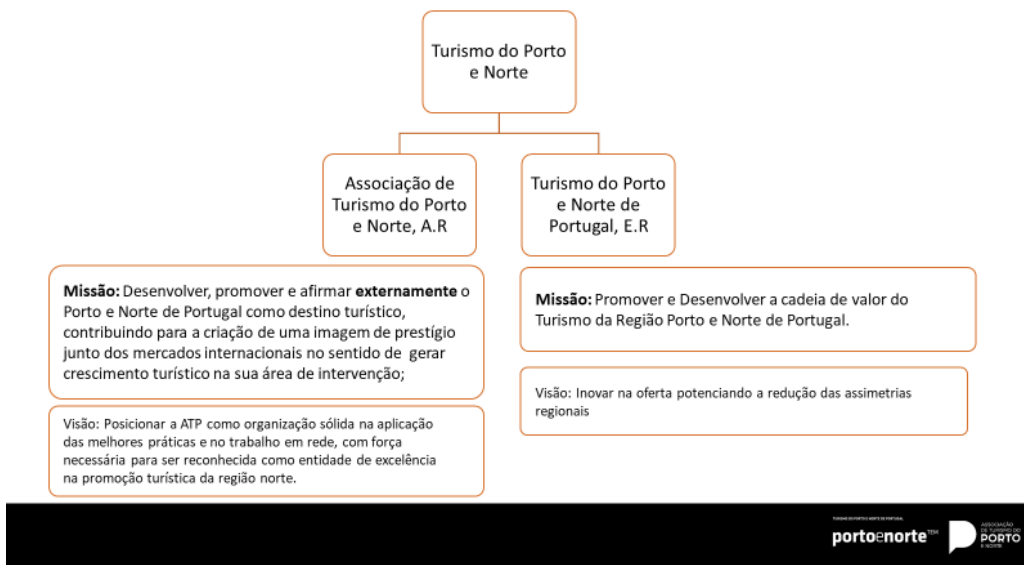


Turismo do Porto e Norte



Quem somos?

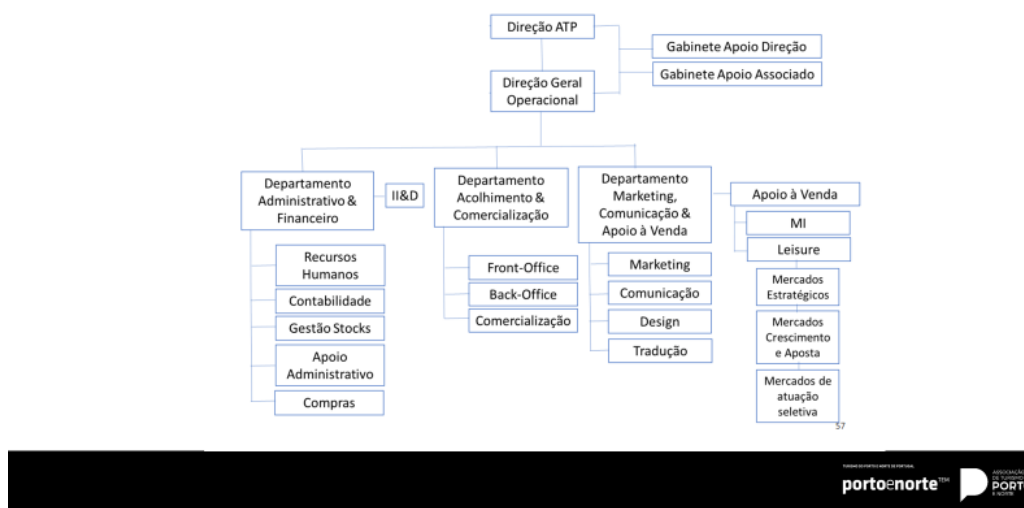




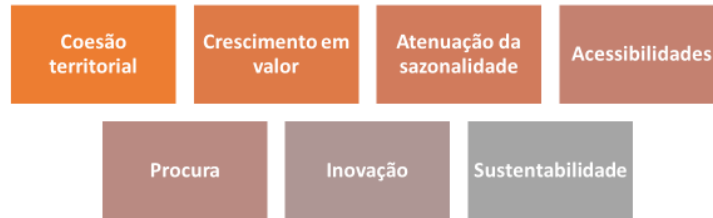
Organograma TPNP



Organograma ATP



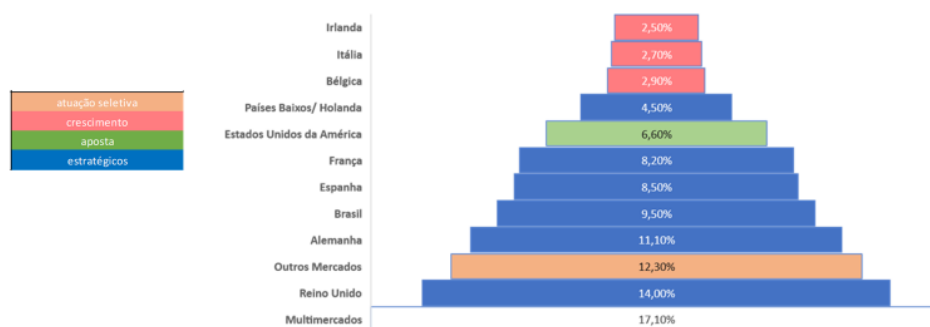
Estratégia Turismo 2021



Produtos



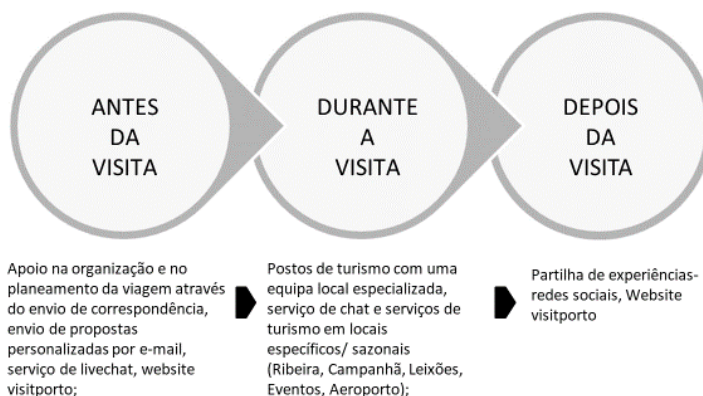
Mercados



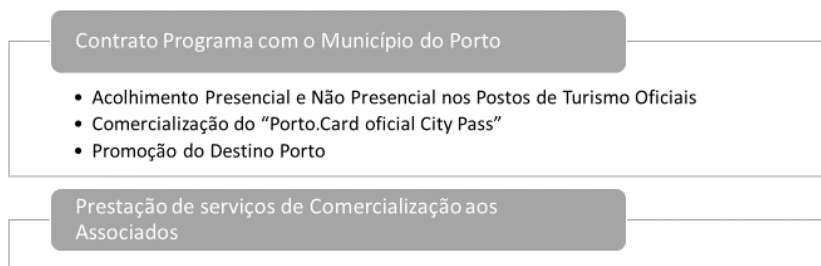


Acolhimento e Comercialização

Acolhimento & Comercialização O Que Fazemos



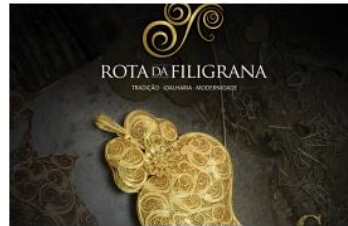
Plano Acolhimento e Comercialização



Acolhimento & Comercialização

Nosso modelo de acolhimento

- Informações turísticas e culturais;
- Comercialização de produtos/ serviços de diferentes associados;
- Venda do Porto. CARD;
- Venda de Merchandising;
- Venda de Filigrana;
- Auxílio aos peregrinos- Caminhos de Santiago;



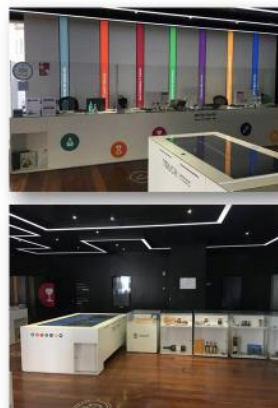
ASSOCIAÇÃO DE COMÉRCIO DO PORTO
porto=norte™



Onde estamos?

ASSOCIAÇÃO DE COMÉRCIO DO PORTO
porto=norte™

Acolhimento presencial– Postos de turismo



Porto Welcome Center– em frente à Estação de S.Bento

ASSOCIAÇÃO DE COMÉRCIO DO PORTO
porto=norte™

Acolhimento presencial– Postos de turismo



Posto de Turismo da Sé



Acolhimento presencial– Postos de turismo



Loja Interativa do Aeroporto, localizada no Piso 0 (zona das chegadas)



Acolhimento presencial– Postos de turismo



Ipoint Aliados



Acolhimento presencial– Postos de turismo



Campanhã



Ipoint Ribeira



Acolhimento presencial– Postos de turismo



Ipoint Palácio



Acolhimento presencial Prestação de serviços



Maratona Porto 2021



Womex 2021- Alfândega



Aeroporto do Porto



Acolhimento presencial Prestação de serviços



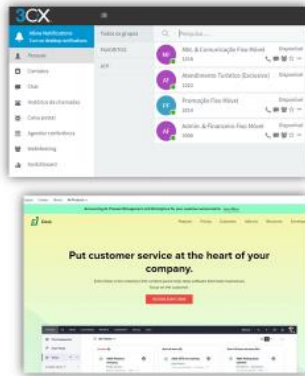
APDL – Terminal de cruzeiros de Leixões ou Leça



IVDP – Instituto dos Vinhos do Douro e Porto



Acolhimento não presencial



Atendimento telefónico, plataforma Zoho, Website e WhatsApp



Acolhimento não presencial



Chat



Carta



Redes Sociais



Porto & North Portugal
Histórico



Como fazemos?



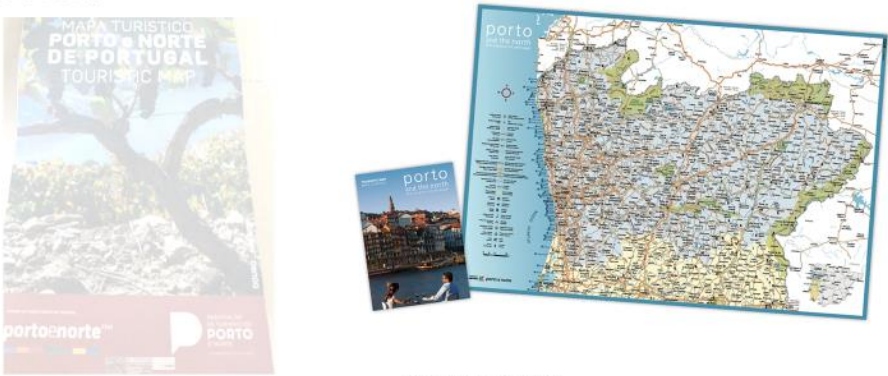
Material de informação



Mapa turístico oficial do Porto



Material de informação
Porto e Norte



Mapa Porto e Norte



Material de informação



Brochura Porto em Família

Brochura 1 Cidade / 5 Cenários

Brochura Património e Vinho do Porto

Brochura Caminhos de Santiago



Material de informação



Pocket Guide PT/ EN; FR/ES; DE/IT

Brochura "Tascos" e Comércio tradicional

Brochura Insta Hero



Material de informação



Brochura Museus do Porto.

Brochura Lado Escondido

Brochura Porto de Tradição



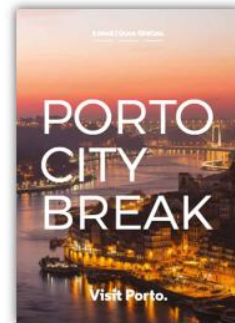
Material de informação



Brochura Porto.



Brochura Porto e Norte- A Essência de Portugal



Brochura Porto City Break



Material de informação



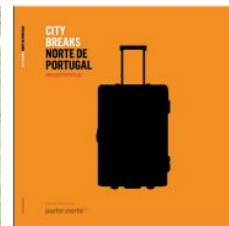
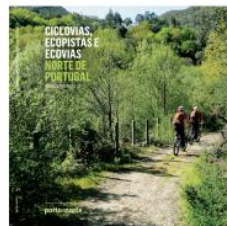
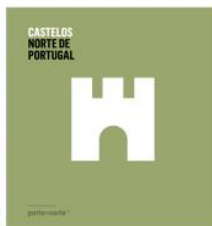
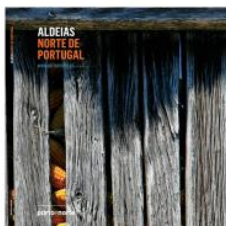
Cartão Porto.CARD



Guia das Vantagens do Porto.CARD



Material de informação



Guias Porto & Norte



Material de informação



Guias Porto & Norte



Produtos / Serviços comercializados



Autocarros panorâmicos



Produtos / Serviços comercializados



Cruzeiro das 6 pontes



Cruzeiros Longos



Circuitos em Jet Boat



Circuitos de yacht



Produtos / Serviços comercializados



Circuitos guiados em mini van ou em carro

porto+norte™



Produtos / Serviços comercializados



Circuitos guiados no centro histórico

porto+norte™



Monumentos / Atrações turísticas



Fundação de Serralves



Museu FC Porto



Palácio da Bolsa



Caves de Vinho do Porto

porto+norte™



Outros Serviços...



Cursos de surf



Espetáculos de dança e música



Perfil do Visitante Postos de Turismo

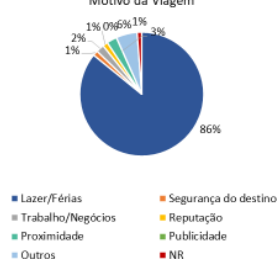


Perfil do turista que visita os Postos de Turismo

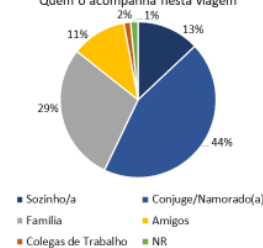
É a primeira vez que visita o Porto?



Motivo da Viagem



Quem o acompanha nesta viagem



Amostra: 637

Fonte: Inquéritos realizados entre 1 de junho a 31 de agosto de 2020



Perfil do turista que vem aos Postos de Turismo

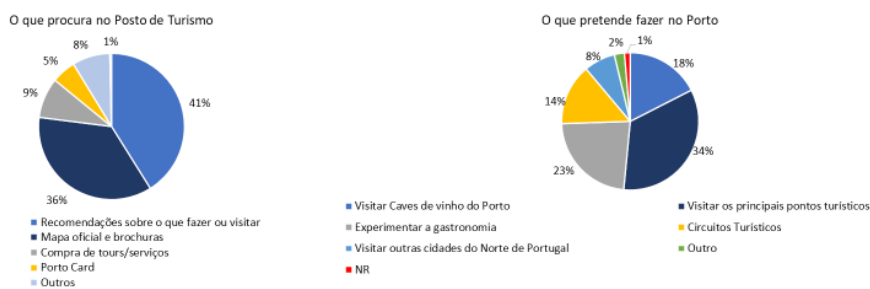


Amostra: 637

Fonte: Inquéritos realizados entre 1 de junho a 31 de agosto de 2020



Perfil do turista que vem aos Postos de Turismo



Amostra: 637

Fonte: Inquéritos realizados entre 1 de junho a 31 de agosto de 2020



Resumo

- São de ambos os sexos (48% masculino; 48% feminino);
- Predominaram os indivíduos na **faixa etária dos 45-54** (26%), seguidos pelos de 35-44 anos (22%);
- Viajam **acompanhados** pelo cônjuge/namorado(a) (44%) ou com a família (29%);
- A grande maioria fica na região Norte **4 a 7 dias**;
- **Origem:** Espanha (40%), França (24%), Alemanha (9%) e Portugal (9%);
- Viajam maioritariamente em **companhias aéreas low-cost**;
- Preferem os **apartamentos turísticos** (31%), Guest House (12%) e hotéis de 3* (12%) para se alojarem;



Fonte: Inquéritos realizados entre 1 de junho a 31 de agosto de 2020





Estatística

porto+norte™ 

Hóspedes e Dormidas

	2017	2018 *	2019	2020
Nº de hóspedes	1.536.798	1.958.645	2.223.458	619.644
Nº de dormidas	3.040.424	4.001.160	4.534.710	1.244.952

Fonte: Instituto Nacional de Estatística

Taxa de Crescimento

Hóspedes 2019 a 2020: - **72,13%**
Dormidas 2019 a 2020: - **72,55%**



Crescimento médio dos hóspedes (2017 a 2020): - **59,68%**
Crescimento médio das dormidas (2017 a 2020): - **59,05%**

* Nota: em dezembro de 2018, os dados apresentados incluíram novos tipos de alojamento como: unidades de alojamento local (incluindo as moradias, apartamentos e outros estabelecimentos de hospedagem, nomeadamente os hostels), casas de turismo rural e turismo de habitação. Antes, eram incluídos apenas: hotéis, hotéis- apartamentos, apartamentos turísticos, aldeamentos turísticos, pousadas e outros alojamentos (motéis, pensões e estalagens), considerados na anterior legislação.

porto+norte™ 

Países de Origem dos Hóspedes

Hóspedes 2017		Hóspedes 2018		Hóspedes 2019		Hóspedes 2020	
	%		%		%		%
Espanha	14%	Espanha	14%	Espanha	18%	Espanha	18%
França	9%	França	8%	Brasil	11%	França	8%
Brasil	8%	Brasil	8%	França	10%	Brasil	7%
Alemanha	5%	Alemanha	6%	EUA	9%	Alemanha	6%
Reino Unido	5%	EUA	6%	Alemanha	7%	EUA	4%
EUA	5%	Reino Unido	5%	Reino Unido	6%	Itália	3%
Itália	4%	Itália	4%	Itália	5%	EUA	3%
Países Baixos	2%	Países Baixos	2%	Canadá	3%	Países Baixos	2%
Suiça	2%	Canadá	2%	Países Baixos	3%	Bélgica	1%
Bélgica	2%	Suiça	2%	Suiça	2%	Suiça	1%
Mercado Nacional	%	Mercado Nacional	%	Mercado Nacional	%	Mercado Nacional	%
Portugal	28%	Portugal	23%	Portugal	26%	Portugal	34%

Fonte: Instituto Nacional de Estatística

porto+norte™ 

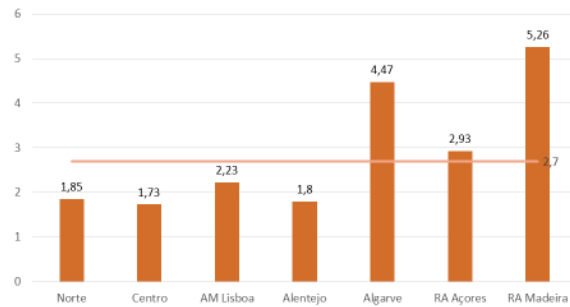
Número de hotéis / quartos / camas (considerando apenas hotéis)

Categoria	31/12/2017			31/12/2018			30/06/2019			10/03/2021		
	Hotéis	Quartos	Capacidade	Hotéis	Quartos	Capacidade	Hotéis	Quartos	Capacidade	Hotéis	Quartos	Capacidade
*****	8	1352	2692	10	1542	3053	11	1610	3189	18	2244	4451
****	26	2551	4956	26	2551	4940	31	2876	5564	70	5976	11542
***	20	1330	2491	21	1344	2519	23	1408	2632	49	2975	5477
**	27	839	1619	27	851	1644	26	827	1596	52	1798	3494
*	4	72	144	3	62	124	3	62	124	9	273	513
TOTAL	85	6144	11902	87	6350	12280	94	6783	13105	198	13266	25477

Fonte: Registo Nacional do Turismo

Estada Média

- A estada média em Portugal é de 2,7 noites e na **Região Norte** é de **1,9** noites.



Fonte: Instituto Nacional de Estatística



E no Futuro?

Objetivos Futuros

- Digitalização do turismo;
- Sustentabilidade;
- E-commerce;
- Business intelligence;
- Novas inclusões e alargamento do cartão à região- Beyond Porto;
- Aposta em diferentes segmentos (Turismo literário, Cycling e Walking, Ecoturismo, Geoparques, etc);



UM TURISMO MAIS EQUILIBRADO



Associação de Municípios do Norte
portoenorte

Associação
de Municípios do
PORTO
e Região

LIKE visitporto.portal
FOLLOW visitporto
CHAT visitporto.travel

OBRIGADA PELA VOSSA ATENÇÃO !

Associação de Municípios do Norte
portoenorte

Associação
de Municípios do
PORTO
e Região

Texto de Chegada



Turismo di Porto e Nord



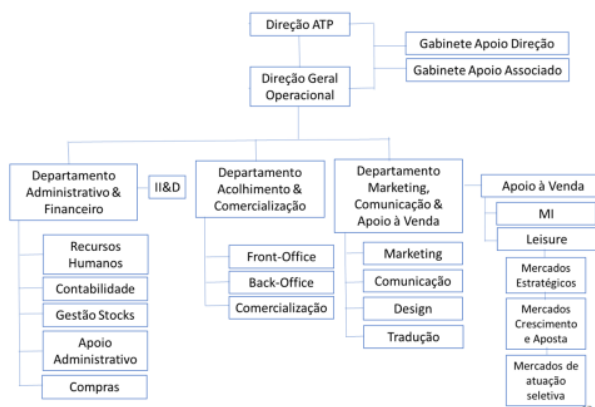
Chi siamo?



Organigramma TPNP



Organigramma ATP



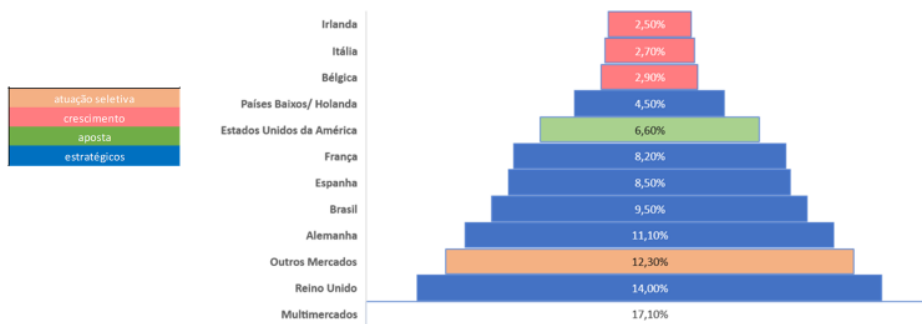
Strategia del Turismo 2021



Prodotti



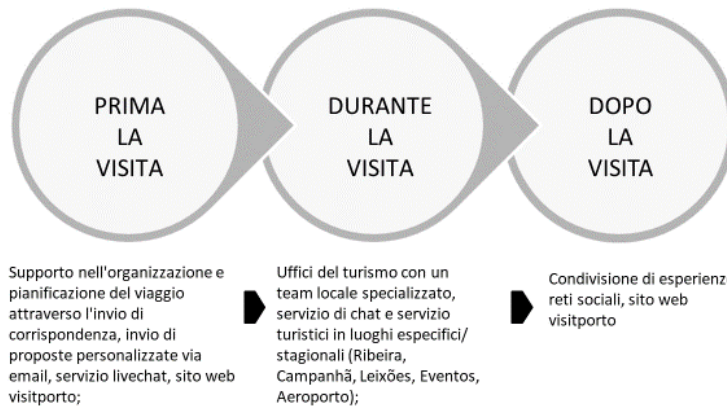
Mercati



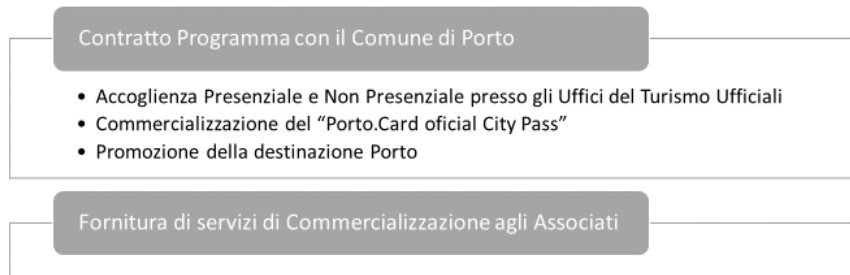
Accoglienza e Commercializzazione



Accoglienza & Commercializzazione Che cosa facciamo?



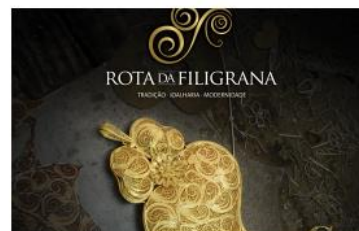
Piano di accoglienza e commercializzazione

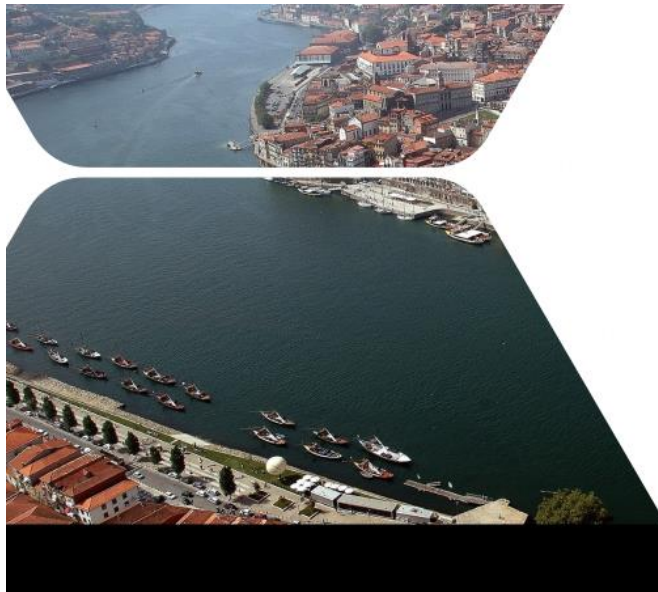


Accoglienza & Commercializzazione

Il nostro modello di accoglienza

- Informazioni turistiche e culturali;;
- Commercializzazione di prodotti/ servizi di diversi associati;
- Vendita del Porto.CARD;
- Vendita di Merchandising;
- Vendita di Filigrana;
- Aiuto ai pellegrini - Cammini di Santiago;

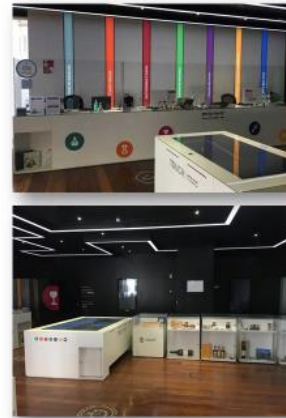




Dove siamo?



Accoglienza presenziale – Uffici del turismo



Porto Welcome Center– davanti alla Stazione di S. Bento



Accoglienza presenziale – Uffici del turismo



Ufficio del Turismo di Sé



Accoglienza presenziale – Uffici del turismo



Negozi Interattivo dell'aeroporto, situato al Piano 0 (zona di arrivo)



Accoglienza presenziale – Uffici del turismo



Ipoinit Aliados



Accoglienza presenziale – Uffici del turismo



Campanhã



Ipoinit Ribeira



Accoglienza presenziale – Uffici del turismo



Ipóntio Palácio

porto:norte™ ASSOCIAÇÃO REGIONAL DO TURISMO DO PORTO E DO NORTE

Accoglienza presenziale Fornitura di servizi



Maratona Porto 2021



Womex 2021- Alfândega



Aeroporto di Porto

porto:norte™ ASSOCIAÇÃO REGIONAL DO TURISMO DO PORTO E DO NORTE

Accoglienza presenziale Fornitura di servizi



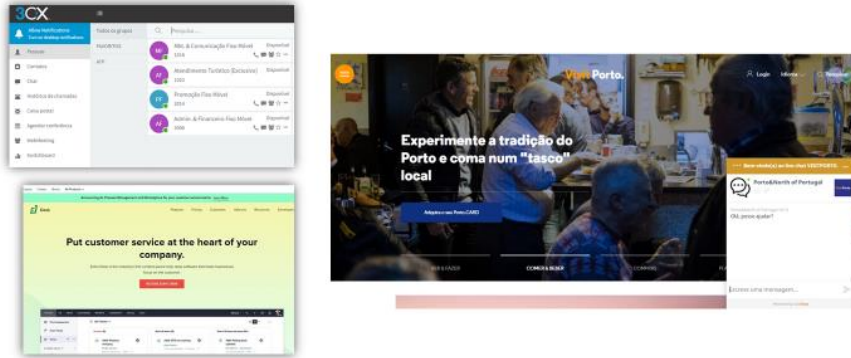
APDL – Terminale di crociera a Leixões o Leça



IVDP – Istituto dei Vini del Douro e Porto

porto:norte™ ASSOCIAÇÃO REGIONAL DO TURISMO DO PORTO E DO NORTE

Accoglienza non presenziale



Call-centre, piattaforma Zoho, Sito web e WhatsApp



Accoglienza non presenziale



Chat



Lettera



Reti Sociali



Come facciamo?



Materiale informativo



Mappa turistica ufficiale di Porto



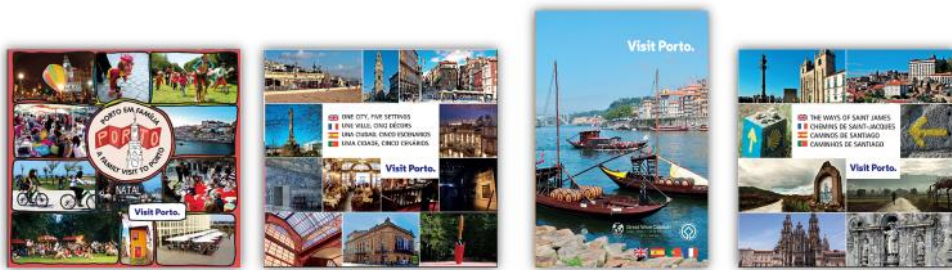
**Materiale informativo
Porto e Nord**



Mappa Porto e Nord



Materiale informativo



Opuscolo Porto in Famiglia

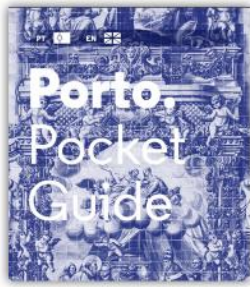
Opuscolo 1 Città / 5 Scenari

Opuscolo Patrimonio e Vino di Porto

Opuscolo Cammini di Santiago



Materiale informativo



Pocket Guide PT/ EN; FR/ES; DE/IT



Opuscolo "Tascos" e Commercio tradizionale



Opuscolo Insta Hero



Materiale informativo



Opuscolo Musei del Porto.



Opuscolo Lato Nascosto



Opuscolo Porto della Tradizione



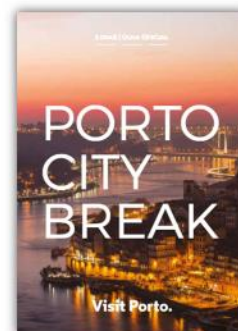
Materiale informativo



Opuscolo Porto.



Opuscolo Porto e Nord - L'Essenza del Portogallo



Opuscolo Porto City Break



Materiale informativo



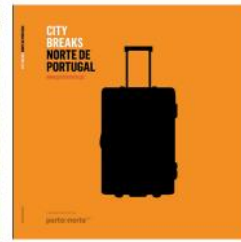
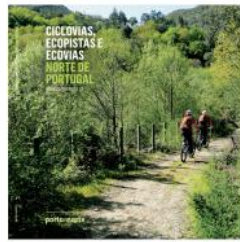
Scheda Porto.CARD



Guida ai Vantaggi della Porto.CARD



Materiale informativo



Guide Porto & Nord



Materiale informativo



Guide Porto & Nord



Prodotti / Servizi commerciali



Autobus panoramici

Prodotti / Servizi commerciali



Crociera dei 6 ponti



Crociera Lunghe



Circuiti in Jet Boat



Circuiti di yacht

Prodotti / Servizi commerciali



Circuiti guidati in mini van o in auto

Prodotti / Servizi commerciali



Circuiti guidati nel centro storico

porto+norte™ ASSOCIAZIONE PORTO

Monumenti / Attrazioni turistiche



Fundazione Serralves

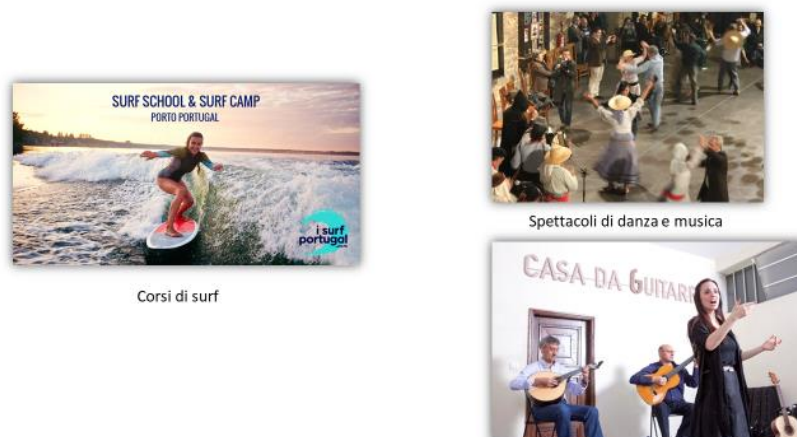
Museo FC Porto

Palazzo della Borsa

Cantine del Vino di Porto

porto+norte™ ASSOCIAZIONE PORTO

Altri Servizi...



Corsi di surf

Spettacoli di danza e musica

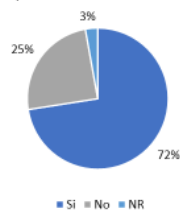
porto+norte™ ASSOCIAZIONE PORTO



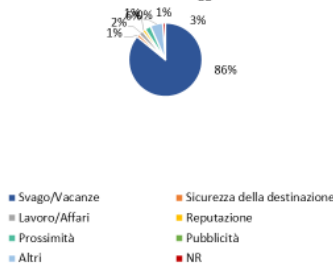
Profilo del Visitatore Uffici del Turismo

Profilo del turista che visita gli Uffici del Turismo

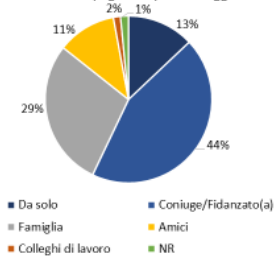
È la prima volta che visita o Porto?



Motivo del Viaggio



Chi ti accompagna in questo viaggio

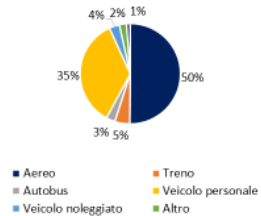


Campione: 637

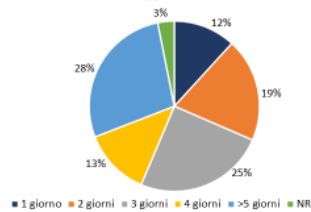
Fonte: Indagini condotte tra il 1° giugno e il 31 agosto 2020

Profilo del turista che visita gli Uffici del Turismo

Mezzo di trasporto utilizzati



Durata del soggiorno in città

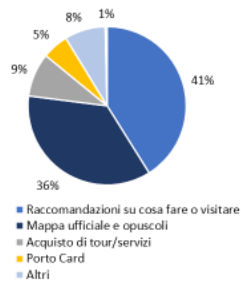


Campione: 637

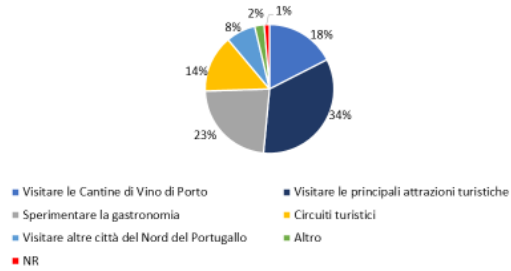
Fonte: Indagini condotte tra il 1° giugno e il 31 agosto 2020

Profilo del turista che visita gli Uffici del Turismo

Cosa si cerca all'Ufficio del Turismo



Cosa vuoi fare a Porto



Campione: 637

Fonte: Indagini condotte tra il 1° giugno e il 31 agosto 2020



Riassunto

- Sono di entrambi i sessi (48% maschile; 48% femminile);
- C'era una predominanza di individui nella fascia di età 45-54 (26%), seguiti da quelli di 35-44 anni (22%);
- Viaggiano **acompannati** dal coniuge/fidanzato(a) (44%) o con la famiglia (29%);
- La stragrande maggioranza rimane nella regione settentrionale da **4 a 7 giorni**;
- **Origine:** Spagna (40%), Francia (24%), Germania (9%) e Portogallo (9%);
- Viaggiano principalmente in **compagnie aeree low-cost**;
- Preferiscono **appartamenti turistici** (31%), Guest House (12%) e alberghi a 3 stelle (12%) in cui soggiornare;



Fonte: Indagini condotte tra il 1° giugno e il 31 agosto 2020



Statistica



Ospiti e Prenottamenti

	2017	2018 *	2019	2020
N° di ospiti	1.536.798	1.958.645	2.223.458	619.644
N° di pernottamenti	3.040.424	4.001.160	4.534.710	1.244.952

Fonte: Istituto Nazionale di Statistica

* Nota: nel dicembre 2018, i dati presentati includevano nuovi tipi di alloggio come: unità d'alloggio locale (tra cui ville, appartamenti e altre strutture ricettive, in particolare ostelli), case di turismo rurale e turismo residenziale. Prima, erano inclusi solo: alberghi, alberghi - appartamenti, appartamenti turistici, villaggi turistici, ostelli e altri alloggi (motel, pensioni e locande), considerati nella legislazione precedente.

Tasso di Crescita

Ospiti 2019 a 2020: - **72,13%**
Pernottamenti 2019 a 2020: - **72,55%**



Crescita media degli ospiti (2017 a 2020): - **59,68%**
Crescita media dei pernottamenti (2017 a 2020): - **59,05%**

Paesi d'origine degli ospiti

Ospiti 2017	%	Ospiti 2018	%	Ospiti 2019	%	Ospiti 2020	%
Spagna	14%	Spagna	14%	Spagna	18%	Spagna	18%
Francia	9%	Francia	8%	Brazil	11%	Francia	8%
Brazil	8%	Brazil	8%	Francia	10%	Brazil	7%
Germania	5%	Germania	6%	USA	9%	Germania	6%
Regno Unito	5%	USA	6%	Germania	7%	USA	4%
USA	5%	Regno Unito	5%	Regno Unito	6%	Italia	3%
Italia	4%	Italia	4%	Italia	5%	USA	3%
Paesi Bassi	2%	Paesi Bassi	2%	Canada	3%	Paesi Bassi	2%
Svizzera	2%	Canada	2%	Paesi Bassi	3%	Belgio	1%
Belgio	2%	Svizzera	2%	Svizzera	2%	Svizzera	1%
Mercato Nazionale	%	Mercato Nazionale	%	Mercato Nazionale	%	Mercato Nazionale	%
Portogallo	28%	Portogallo	23%	Portogallo	26%	Portogallo	34%

Fonte: Istituto Nazionale di Statistica

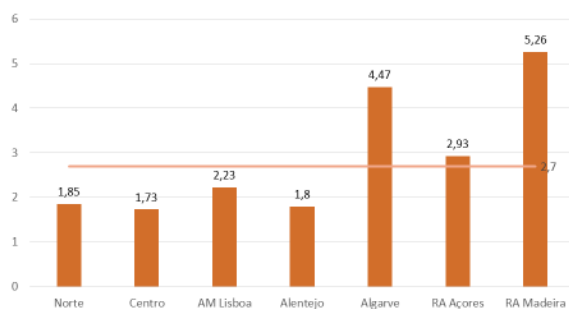
Numero di alberghi / camere / letti (considerando solo gli alberghi)

	31/12/2017			31/12/2018			30/06/2019			10/03/2021		
Categoria	Alberghi	Camere	Capacità	Alberghi	Camere	Capacità	Alberghi	Camere	Capacità	Alberghi	Camere	Capacità
*****	8	1352	2692	10	1542	3053	11	1610	3189	18	2244	4451
****	26	2551	4956	26	2551	4940	31	2876	5564	70	5976	11542
***	20	1330	2491	21	1344	2519	23	1408	2632	49	2975	5477
**	27	839	1619	27	851	1644	26	827	1596	52	1798	3494
*	4	72	144	3	62	124	3	62	124	9	273	513
TOTALE	85	6144	11902	87	6350	12280	94	6783	13105	198	13266	25477

Fonte: Agenzia Nazionale del Turismo

Soggiorno Medio

- Il soggiorno medio in Portogallo è di 2,7 notti e nella **Regione del Nord** è di **1,9** notti.



Fonte: Istituto Nazionale di Statistica



E nel Futuro?

Obiettivi Futuri

- Digitalizzazione del turismo;
- Sostenibilità;
- eCommerce;
- Business intelligence;
- Nuove inclusioni e allargamento della scheda alla regione - Beyond Porto;
- Scommettere su diversi segmenti (Turismo letterario, Cycling e Walking, Ecoturismo, Geoparchi, etc);



UN TURISMO PIÙ EQUILIBRATO



LIKE visitporto.portal
FOLLOW visitporto
CHAT visitporto.travel

GRAZIE PER LA VOSTRA ATTENZIONE!

Anexo 3

Texto de Partida

Parque Nacional Peneda - Gerês – 2 dias

O Parque Nacional da Peneda-Gerês é um destino de excelência para a prática de turismo de natureza e aventura. Para ir para o Gerês tem várias opções:

Pode fazê-lo a partir do Porto, um Tour de 1 dia no parque e com um Guia, sendo que, as seguintes opções, pode reservar connosco sem sair do conforto de sua casa:

Parque Nacional Peneda Gerês:

PREÇO: a partir €85 por pessoa | DURAÇÃO: Todo Dia (9h – 18h) | Nº DE PAX Min. 2

REFEIÇÃO & BEBIDA: Almoço (Pic-Nic) | PICK-UP AND DROP-OFF Incluído – Grande Porto

Extreme Canyoning no Gerês:

PREÇO: a partir €90 por pax | DURAÇÃO: Todo dia (9h – 18h) | Nº DE PAX: Min. 2

REFEIÇÃO & BEBIDA: Almoço | PICK-UP AND DROP-OFF Incluído – Grande Porto

Outra das opções é ir por conta própria. Aqui segue uma lista dos Pontos de Interesse e das possíveis atividades a realizar, bem como algumas empresas que poderão ajudar na realização das mesmas:

Pontos de Interesse

S. Bento da Porta Aberta | Museu da Geira | Museu Etnográfico de Vilarinho das Furnas | Via Nova / Geira Romana | Mata de Albergaria | Marina de Rio Caldo / Albufeira da Caniçada | Santa Isabel do Monte | Campo do Gerês | Ermida | Vilarinho das Furnas e a sua albufeira | Vila do Gerês e Termas | Cascata do Arado, Feha de Barjas (Cascata do Taiti)

Miradouros

Miradouro da Junceda | Miradouro da Boneca | Miradouro da Pedra Bela | Miradouro da Fraga Negra

Atividades possíveis

Canoagem | Caminhada | Escalada | Parque Aventura | Passeios a Cavalo | Passeios Pedestres | Paint Ball | Arvorismo | BTT | Passeios Jipe

Para mais informações poderá contactar diretamente:

Parque da Cerdeira (<https://parquecerdeira.com/>),

Geresmont - Desporto de Aventura (<https://geresmont.com/>)

Equidesafios – Desporto de Aventura (<https://www.equidesafios.com/pt>)

ALOJAMENTO

Hotel Águas do Gerês | Parque Cerdeira (Alojamento em Bungalows) | Hotel São Bento Porta Aberta | Hotel Carvalho Araújo

Texto de Llegada (Español)

Parque Nacional Peneda - Gerês – 2 días

El Parque Nacional de Peneda-Gerês es un destino de excelencia para la práctica del turismo de naturaleza e aventura. Para ir a Gerês tiene varias opciones:

Puede hacerlo desde Porto, un Tour de 1 día en el parque y con un Guía, siendo que, las siguientes opciones, puede reservar con nosotros sin salir de la comodidad de su casa:

Parque Nacional Peneda Gerês:

PRECIO: desde 85€ por persona | DURACIÓN: Todo el día (9h – 18h) | Nº DE PAX Min. 2 COMIDA Y BEBIDA: Almuerzo (Picnic) | PICK-UP AND DROP-OFF Incluido – Gran Oporto

Barranquismo extremo en Gerês:

PRECIO: desde €90 por persona | DURACIÓN: Todo el día (9h – 18h) | Nº DE PAX: Min. 2 COMIDA Y BEBIDA: Almuerzo | PICK-UP AND DROP-OFF Incluido – Gran Oporto

Otra opción es ir por tu cuenta. Aquí sigue una lista de los Puntos de Interés y de las posibles actividades a realizar, así como algunas empresas que podrán ayudar en la realización de las mismas:

Puntos de Interés

S. Bento da Porta Aberta | Museo de Geira | Museo Etnográfico de Vilarinho das Furnas | Vía Nova / Geira Romana | Mata de Albergaria | Marina de Rio Caldo / Albufeira Caniçada | Santa Isabel do Monte | Campo do Gerês | Ermida | Vilarinho das Furnas y su albufeira | Vila do Gerês y Termas | Cascada del Arado, Fecha de Barjas (Cascada de Taiti)

Miradores

Miradore de Junceda | Miradore de Boneca | Miradore de Pedra Bela | Miradore de Fraga Negra

Posibles actividades

Piragüismo | Caminata | Escalada | Parque de Aventuras | Paseos a Caballo | Paseos

Peatones | Paint Ball | Arborismo | BTT | Excursiones en jeep

Para más información, podrá contactar directamente con:

Parque de Cerdeira (<https://parquecerdeira.com/>),

Geresmont - Deporte de Aventura (<https://geresmont.com/>)

Equidesafios – Deporte de Aventura (<https://www.equidesafios.com/pt>)

ALOJAMIENTO

Hotel Águas do Gerês | Parque Cerdeira (Alojamiento en Bungalows) | Hotel São Bento

Porta Aberta | Hotel Carvalho Araújo

Texto de Chegada (Inglês)

Peneda - Gerês National Park – 2 days

The Peneda-Gerês National Park is a destination of excellence for the practice of nature and adventure tourism. To go to Gerês you have various options:

You can do it from Porto, a 1 day Tour in the park and with a Guide, and, the following options, you can book with us without leaving the comfort of your home:

Peneda Gerês National Park:

PRICE: from €85 per person | DURATION: All day (9h – 18h) | Nº OF PAX Min. 2 MEAL & BEVERAGE: Lunch (Pic-Nic) | PICK-UP AND DROP-OFF Included – Grande Porto

Extreme Canyoning in Gerês:

PRICE: from €90 per person | DURATION: All day (9h – 18h) | Nº OF PAX: Min. 2 MEAL & BEVERAGE: Lunch | PICK-UP AND DROP-OFF Included – Grande Porto

Another option is to go on your own. Here is a list of the Points of Interest and of the possible activities you can do, as well as some companies that may be able to help you do them:

Points of Interest

S. Bento da Porta Aberta | Geira Museum | Ethnographic Museum of Vilarinho das Furnas | Via Nova / Geira Roman Road | Albergaria Woods | Marina of Rio Caldo / Albufeira da Caniçada | Santa Isabel do Monte | Campo do Gerês | Ermida | Vilarinho das Furnas and its reservoir | Vila do Gerês and Thermal Waters | Waterfall of Arado, Fecha de Barjas (waterfall of Taiti)

Viewpoints

Junceda Viewpoint | Boneca Viewpoint | Pedra Bela Viewpoints | Fraga Negra Viewpoint

Possible activities

Canoeing | Hiking | Climbing | Adventure Park | Horseback Rides | Pedestrian Tours |
Paint Ball | Tree Climbing | BTT | Jeep Tours

For more information you can contact directly:

Cerdeira Park (<https://parquecerdeira.com/>),

Geresmont - Adventure Sports (<https://geresmont.com/>)

Equidesafios – Adventure Sports (<https://www.equidesafios.com/pt>)

ACCOMMODATION

Hotel Águas do Gerês | Cerdeira Park (Accommodation in Bungalows) | Hotel São
Bento Porta Aberta | Hotel Carvalho Araújo

Anexo 4

Texto de Partida

DISCOVERING PORTO & NORTH OF PORTUGAL

INFORMACIÓN GENERAL PORTO Y NORTE DE PORTUGAL

Información general Porto y Norte

Qué visitar en Porto?

- Iglesia y Torre de Clérigos

La iglesia tiene una planta excepcionalmente ovalada y su interior está decorado con carpintería dorada de estilo juanino. Destaca el retablo rococó del presbiterio, formado por mármoles de cuatro colores.

La Torre dos Clérigos es uno de los monumentos más emblemáticos de la ciudad de Oporto. Para disfrutar de la vista panorámica sobre la ciudad y el río Duero, a la que se llega desde lo alto de la Torre, es necesario subir 240 escaleras.

Precio de la visita a la Iglesia + Torre dos Clérigos: 6€ | 50% de descuento con Porto.CARD

- Librería Lello

La Livraria Lello, una de las librerías portuguesas más antiguas, es un lugar emblemático de la ciudad de Oporto, una visita obligada para quienes la visitan, habiendo sido nominada como una de las librerías más bonitas del mundo por la prensa mundial.

Precio de la visita: 6€.

- Jardines del Palacio de Cristal

Los Jardines Románticos del Palacio de Cristal ocupan una superficie de 8 hectáreas en el centro de Oporto y fueron diseñados en el siglo XIX por el paisajista alemán Émille David. También se pueden contemplar las magníficas vistas panorámicas sobre el río y la ciudad.

Precio de la visita: gratuita.

- Estación de tren de São Bento

Situada en el centro de la ciudad y construida a principios del siglo XX, la estación de tren de São Bento tiene un techo de cristal y hierro fundido diseñado por el arquitecto Marques da Silva. El atrio está cubierto con veinte mil azulejos históricos del pintor Jorge Colaço.

Precio de la visita: gratuita.

- Catedral

Construida en el siglo XII / XIII, en estilo románico, fue ampliada y renovada a lo largo del tiempo hasta su alteración final en una reconstrucción idealizada de la catedral medieval, ya en el siglo XX. Destacan el estilo gótico, el claustro y la capilla de San Juan Evangelista.

Precio de la visita: 3€ | 1€ de descuento con Porto.CARD.

- Iglesia de Santa Clara

Edificio de origen Gótica, cuyo interior fue revestido de talla dorada en la primera mitad del siglo XVIII. Su construcción es de la primera mitad del siglo XV. Sufrió varias alteraciones en la época moderna, cuando se construyó la hermosa portada renacentista. Verdadera joya del Barroco, impresiona por su exuberancia decorativa.

Precio de la visita: 4€ | 1€ de descuento con Porto.CARD.

- Palacio de la Bolsa

En el centro histórico de Oporto, Patrimonio de la Humanidad, el Palacio de la Bolsa es un ex- libris de la ciudad y de la región. Clasificado como Monumento Nacional, es propiedad y sede de la Asociación de Comercio de Oporto y fue construido en la segunda mitad del siglo XIX y está cubierto de tallas de madera dorada.

Precio de la visita: 10 euros | 25% de descuento con Porto.CARD.

Nota: En la oficina de turismo, pueden comprar los tickets del Palacio de la Bolsa, ya que tienen entrada garantida en el día que quieren hacer. B

- Iglesia de San Francisco

Principal templo de estilo gótico de la ciudad, cuya construcción se inició en el siglo XIV. Es una de las obras barrocas más importantes, por su interior de madera tallada dorada de los siglos XVII y XVIII. Es Monumento Nacional desde 1910 y Patrimonio Cultural de la Humanidad de la UNESCO desde 1996.

Precio de la visita: 7,50€ | 25% de descuento con Porto.CARD.

- Casa de la Música

Un edificio diseñado por el arquitecto holandés Rem Koolhaas, la Casa da Música fue inaugurada en 2005 y desde entonces se ha convertido en un icono de la arquitectura contemporánea, atrayendo a visitantes de todo el mundo. La programación dinámica e innovadora, en un espectro que va desde la música clásica hasta las tendencias urbanas de vanguardia, se beneficia en gran medida de los cuatro conjuntos residentes: Orquesta Sinfónica, Ensemble Remix, Orquesta Barroca y Coro.

Precio de la visita a la Casa da Música: desde 10€ | desde 25% de descuento con Porto.CARD.

- Museo de Arte Contemporáneo de Serralves

El Museo de Serralves es el más importante museo de arte contemporáneo de Portugal, diseñado por el arquitecto Siza Vieira y ubicado en los espacios singulares de la Fundación Serralves, que incluyen un parque y una villa.

Precio de la visita: 20€ | 50% de descuento con la tarjeta Porto.CARD.

Nota: En la oficina de turismo, pueden comprar las entradas para el museo de Serralves. Los billetes són para evitar las colas.

Tarjeta de descuento Porto.CARD

Porto.CARD es la mejor manera de explorar la ciudad y ahorrar. Con la tarjeta tiene entrada gratuita y descuentos en más de 150 puntos de interés. Válido para 1, 2, 3 o 4 días con o sin acceso gratuito e ilimitado al transporte público.

Precio de la tarjeta: desde 6€.

Puede consultar toda la información sobre las condiciones de la tarjeta en:

https://assets.portodigital.pt/visit-porto/files/Agosto_2021_Porto.CARD.pdf

Para comprar la tarjeta Porto.CARD: <https://visitportoandnorth.ecwid.com/Porto-Card-Official-City-Pass-c10283728>

Cuando viaje a Oporto, si necesita ayuda para organizar su viaje, estamos disponibles para ayudarle.

Podemos ayudarle a reservar actividades y atracciones en la ciudad de Oporto y en la región del Norte de Portugal, todo gracias a las numerosas empresas que trabajan con nosotros cada día para proporcionar una estancia memorable a quienes nos visitan. Nuestros asociados ofrecen visitas a pie, en coche, en autobús, en barco y también entradas a las bodegas de vino de Oporto.

Actividades que no pueden perder:

Crucero de 6 puentes (río Duero)

El Crucero de los 6 Puentes se realiza en los barcos Rabelo, que son los que originalmente se utilizaban para transportar los barriles de vino de Oporto desde la región del Duero hasta Gaia/Oporto. En 50 minutos, podrá disfrutar de una visita desde el Centro Histórico de Oporto, Patrimonio de la Humanidad de la UNESCO, hasta Freixo, río arriba, y Foz do Douro, río abajo.

Precio de la actividad: desde 14 euros | 20% de descuento con Porto.CARD.

Nota: En la oficina de turismo, pueden comprar los tickets del Crucero de los seis puentes. Pueden reservar un horario en específico ó tener un ticket sin hora, que después pueden hacer cuando quieran.

Bodegas de vino de Oporto

En las visitas guiadas a las Casas del Vino de Oporto, conocerá la Región Demarcada del Duero, así como la historia de la producción del Vino de Oporto y tendrá acceso a una cata de vinos de Oporto.

Precio de la actividad: a partir de 13 euros | a partir del 10% de descuento con la tarjeta Porto.CARD.

Nota: Es necesario hacer reserva de horario. En nuestra oficina de turismo, pueden hacer la reserva de las visitas a las bodegas.

Autobuses turísticos (Hop-on - Hop-off)

Descubra la ciudad de Oporto en autobús recorriendo toda la ciudad. El viaje va acompañado de una audioguía disponible en varios idiomas.

Precio: a partir de 18 euros | desde el 20% de descuento con Porto.CARD.

Nota: En la oficina de turismo, pueden comprar los tickets para este recorrido.

Además, tenemos recorridos en tuk tuk, bicicleta, visitas guiadas a pie, tren turísticos y espectáculos de fado.

Podemos enviarle más informaciones sobre estas y más visitas/recorridos.

Qué visitar en el Norte de Portugal?

A 30 minutos desde Oporto...

Matosinhos

Muy cerca de Oporto tiene **Matosinhos**, onde puede dar un paseo junto al mar, vislumbrando la arquitectura de la **Terminal de Cruceros de Leixões**. Este es un pueblo de pescadores, donde se puede disfrutar de **pescado y marisco fresco**.

Más información en el link: <https://www.cm-matosinhos.pt/conhecer/postos-de-turismo>

A una hora de Oporto...

En la región del **Minhoo** destacamos **Guimarães, Braga, Ponte de Lima y Viana do Castelo**, por la facilidad de acceso. Para Braga y Guimarães puede llegar en coche o en tren. Viana do Castelo y Ponte de Lima se puede llegar en coche o en autobús.

Guimarães

Guimarães es la ciudad donde más se sienten nuestros orígenes. El casco histórico de Guimarães celebró en 2021 el vigésimo aniversario de la designación por la UNESCO como Patrimonio de la Humanidad. Para que puedas descubrir por ti mismo los rincones de la ciudad, debes visitar: **el Castillo de Guimarães y Palacio de los Duques de Bragança**.

También recomendamos hacer una visita a **Capilla de S. Miguel**, catas de productos regionales y la oportunidad de descubrir las calles y plazas del casco histórico. Puede visitar el **Convento de Santa Clara**, con su fachada barroca y donde se encuentra el Ayuntamiento.

Te recomendamos que disfrutes de una experiencia en el **teleférico** mientras subes a la montaña de la Pena, proporcionando un viaje de 1700 metros.

Precio de la visita:

Castillo de Guimarães - desde 2€

Palacio de los Duques de Bragança - desde 5€

Capilla de S. Miguel: entrada livre

Convento de Santa Clara: entrada livre

Teleférico: desde 4 € (ida) y 7,50€ (ida e vuelta)

Más información en el link: <https://www.cm-guimaraes.pt/conhecer>

Braga

Braga es considerada una ciudad religiosa, con abundantes edificios religiosos, como la famosa **Catedral de Braga**, la más antigua del país, y el impresionante **Santuario do Bom Jesus do Monte**, declarado por la UNESCO en 2019 como Patrimonio Cultural de la Humanidad.

También le recomendamos que pase por el **Arco de la Calle do Souto**, también conocido por Porta Nova (Puerta Nueva), no deje de cruzar la **Avenida da Liberdade**, una de las principales avenidas de Braga, donde encontrará el mítico **Theatro Circo** y los centros comerciales y tiendas más populares de Braga.

Precio de la visita:

Catedral de Braga - desde 2€

Más información en el link: <https://www.cm-braga.pt/es/0101/conhecer/seja-bem-vindo-a-braga>

Ponte Lima

En el corazón de Vale do Lima, la belleza auténtica y peculiar del **pueblo más antiguo de Portugal**. Es una **villa medieval** rodeada de murallas y nueve torres. En Ponte de Lima, descubra el patrimonio histórico, la cultura, los jardines, la gastronomía y los famosos vinos verdes.

Si quiere hacer turismo de naturaleza, hay varias ecovías y rutas señalizadas, pero que se prefiere contemplar al patrimonio arquitectónico, destacamos a **Ponte Romana** y **Ponte Medieval**, ex-libris de la ciudad, **Chafariz Nobre** junto a una de las entradas

principales de la muralla, majestuosa **Avenida dos Plátanos** e el **Miraduro de Santo Ovídio** con la vista más privilegiada a e con vestigios de la Edad de Hierro.

Más información en el link: <https://www.cm-pontedelima.pt/pages/533>

Viana do Castelo

Viana do Castelo es la ciudad atlántica más septentrional de Portugal. La inigualable **riqueza etnográfica de Viana**, que convierte a la ciudad en la **capital del folclore portugués**, la originalidad y funcionalidad de su artesanía, con especial énfasis en la vajilla y los bordados, la asidua y calificada animación cultural.

Es en la Plaza de la República donde hay varios atractivos, desde la **Fuente** (Monumento Nacional), pasando por el **edificio de la Misericordia** , hasta el edificio del **Ayuntamiento Viejo** (Monumento Nacional). En la parte trasera de este edificio, se puede ver el **Portal de Mexia Galvão** . Es también en esta emblemática plaza donde se ubica el **Museo del Traje**, donde se exhiben los trajes típicos de la vianesa, peculiares por sus formas, colores y diseños. No puede perder el emblemático **Monte de Santa Luzia**, que es o Santuario del Sagrado Corazón de Jesús, construido en el espolón occidental de la montaña de Santa Luzia.

Precio de la visita:

Museo del Traje – desde 2€

Más información en el link: <http://www.cm-viana-castelo.pt/>

En el municipio de **Arouca**, al sur de Oporto, encuentra las **Pasarelas del Paiva**, donde podrá experimentar el contacto con la naturaleza y algo de adrenalina. La mejor manera de llegar es en coche.

Arouca – Pasarelas del Paiva

Ganador de los World Travel Awards por el cuarto año consecutivo, las **Pasarelas del Paiva** es un proyecto insertado en el territorio del **Arouca GeoPark**, reconocido por la UNESCO como Patrimonio Geológico de la humanidad. De Espiunca a Areinho es un paseo por la naturaleza de 8 km a través de diferentes geositos, playas fluviales y aguas bravas.

Todavía puedes tener experiencia de caminar por un **punte peatonal** suspendido sobre uno de los ríos más salvajes de Europa, el Paiva. Es un puente suspendido en el cielo, a 175 metros sobre el río Paiva a 175 metros sobre el río Paiva.

Precio de la visita:

Pasarelas – desde 1€

Ponte Suspensa - desde 12€ (adulto)

Más información en el link: <http://www.passadicosdopaiva.pt/es>

De una a dos horas desde Oporto...

En la región del **Duero** destacamos **Régua, Pinhão y Vila Nova de Foz Côa**. Para visitar Régua y Pinhão se puede ir en tren o en coche. Para visitar el Parque Arqueológico la mejor opción es en coche.

Peso da Régua

Este año celebra su vigésimo aniversario como Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO. Aquí, asegúrate de dar un paseo por el **muelle fluvial**, cruzar el **punte peatonal** (antiguo puente del ferrocarril) y caminar hacia el **Museo del Duero**. Recomendamos probar los tradicionales Rebuçados (Caramelos) antes de salir de Régua.

Precio de la visita

Museo del Duero: desde 7,50€

Otra visita obligada és el **Mirador São Leonardo de Galafura**, con una vista panorámica sobre el valle del Duero.

Más información en el link: <https://www.cm-pesoregua.pt/pages/587>

Pinhão

Conocido por ser el corazón del Duero, recomendamos que pasees por el **paseo ribereño**, donde se encuentra el muelle de embarque, el emblemático **punto sobre el Duero** y la **estación de ferrocarril**.

También puede realizar una excursión en **barco Rabelo** de una hora, y observar las *quintas* centenarias mientras disfruta de un paisaje único.

Precio del paseo:

Barco Rabelo: desde 11€

Más información en el link: <https://turismo.cm-alijo.pt/>

Quinta do Seixo (desde 12€) y Quinta da Pacheca (desde 15€) son dos de las muchas *quintas* que recomendamos visitar.

Precio de la visita:

Quinta do Seixo: desde 12€

Quinta da Pacheca: 15€

Vila Nova de Foz Côa - Parque Arqueológico del Valle del Côa

Declarado Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO y considerado el **museo abierto** más grande y antiguo del mundo del Paleolítico. En este parque encontra un conjunto de **arte rupestre** muy bien conservado esparcido en plena naturaleza.

Precio de la visita:

Museu: desde 6€

Actividad en kayak guiada con degustación de productos regionales: desde 40€ por adulto

Más información en el link: <https://www.cm-fozcoa.pt/>

DISCOVERING PORTO & NORTH OF PORTUGAL

INFORMAÇÃO GERAL PORTO E NORTE DE PORTUGAL

Informação geral Porto e Norte

O que visitar no Porto?

- Igreja e Torre dos Clérigos

A igreja tem uma planta excepcionalmente oval e o seu interior está decorado com talha dourada do estilo Joanino. Destaca-se o retábulo do estilo rococó no presbitério, feito com mármore de quatro cores.

A Torre dos Clérigos é um dos monumentos mais emblemáticos da cidade do Porto. Para desfrutar da vista panorâmica sobre a cidade e o rio Douro, que se pode observar no topo da Torre, é necessário subir 240 escadas.

Preço da visita à Igreja + Torre dos Clérigos: 6€ | 50% de desconto com o Porto.CARD

- Livraria Lello

A Livraria Lello, uma das livrarias portuguesas mais antigas e é um lugar emblemático da cidade do Porto. É um ponto obrigatório para quem visita, tendo sido nomeada pela imprensa mundial como uma das livrarias mais bonitas do mundo.

Preço da visita: 6€.

- Jardins do Palácio de Cristal

Os Jardins Românticos do Palácio de Cristal ocupam uma área de 8 hectares no centro do Porto e foram criados no século XIX pelo paisagista alemão Émille David. Também é possível contemplar as magníficas vistas panorâmicas sobre o rio e a cidade.

Preço da visita: gratuita.

- Estação Ferroviária de São Bento

Situada no centro histórico da cidade e construída no início do século XX, a Estação Ferroviária de São Bento tem um telhado de cristal e ferro fundido, criado pelo arquiteto Marques da Silva. O átrio está coberto por vinte mil azulejos históricos da autoria do pintor Jorge Colaço.

Preço da visita: gratuita.

- Catedral

Construída no século XII/XIII, no estilo românico, a Catedral foi expandida e renovada ao longo do tempo, até ser remodelada pela última vez numa reconstrução idealizada da catedral medieval, já no século XX. Destacam-se o estilo gótico, o claustro e a capela de São João Evangelista.

Preço da visita: 3€ | 1€ de desconto com o Porto.CARD.

- Igreja de Santa Clara

Edifício de origem gótica, cujo interior foi revestido por talha dourada na primeira metade do século XVIII. A sua construção realizou-se na primeira metade do século XV. Sofreu várias alterações durante a época moderna, quando foi construída a sua bela fachada renascentista. Verdadeira jóia do Barroco, que impressiona todos com a sua decoração exuberante.

Preço da visita: 4€ | 1€ de desconto com o Porto.CARD.

- Palácio da Bolsa

No centro histórico do Porto, Património da Humanidade, o Palácio da Bolsa é um ex-libris da cidade e da região. Classificado como Monumento Nacional, é sede e propriedade da Associação Comercial do Porto. Foi construído na segunda metade do século XIX e está coberto por talha dourada.

Preço da visita: 10€ | 25% de desconto com o Porto.CARD.

Nota: No posto de turismo podem comprar os tickets do Palácio da Bolsa, já que tem entrada garantida no dia que pretender visitar. Depois agendam o horário para a visita guiada.

- Igreja de São Francisco

Principal templo do estilo gótico da cidade, cuja construção começou no século XIV. É uma das obras barrocas mais importantes devido ao seu interior decorado com talha dourada dos séculos XVII e XVIII. É Monumento Nacional desde 1910 e Património Cultural da Humanidade da UNESCO desde 1996.

Preço da visita: 7,50€ | 25% de desconto com o Porto.CARD.

- Casa da Música

Um edifício concebido pelo arquiteto holandês Rem Koolhaas, a Casa da Música foi inaugurada em 2005 e desde então converteu-se num ícone da arquitetura contemporânea, atraindo visitantes de todo o mundo. A programação dinâmica e inovadora, num espectro que vai desde a música clássica até às tendências urbanas de vanguarda, beneficia em grande parte dos quatro conjuntos residentes: Orquestra Sinfónica, Remix Ensemble, Orquestra Barroca e Coro.

Preço da visita à Casa da Música: desde 10€ | desde 25% de desconto com o Porto.CARD.

- Museu de Arte Contemporânea de Serralves

O Museu de Serralves é o museu de arte contemporânea mais importante de Portugal, concebido pelo arquiteto Siza Vieira e localizado nos espaços únicos da Fundação de Serralves, que inclui um parque e uma moradia.

Preço da visita: 20€ | 50% de desconto com o cartão Porto.CARD.

Nota: No posto de turismo podem comprar as entradas para o museu de Serralves. Os bilhetes servem para evitar filas de espera.

Cartão de desconto Porto.CARD

O Porto.CARD é a melhor maneira de explorar a cidade e poupar dinheiro. Com o cartão pode usufruir de entradas gratuitas e descontos em mais de 150 pontos de interesse. Válido para 1, 2, 3 ou 4 dias, com ou sem acesso gratuito e ilimitado no transporte público.

Preço do cartão: desde 6€.

Pode consultar toda a informação sobre as condições do cartão em:

https://assets.portodigital.pt/visit-porto/files/Agosto_2021_Porto.CARD.pdf

Para comprar o cartão Porto.CARD: <https://visitportoandnorth.ecwid.com/Porto-Card-Official-City-Pass-c10283728>

Quando quiser visitar o Porto e necessitar de ajuda para organizar a viagem, estamos disponíveis para ajudar.

Podemos ajudar a reservar atividades e atrações na cidade do Porto e na região Norte de Portugal, tudo graças às inúmeras empresas que trabalham cada dia connosco para proporcionar uma estadia memorável a quem nos visita. Os nossos associados oferecem circuitos pedonais, rodoviárias, de autocarro, de barco e também entradas nas Caves do Vinho do Porto.

Atividades que não podem perder:

Cruzeiros das 6 pontes (rio Douro)

O Cruzeiro das 6 Pontes realiza-se nos barcos Rabelo, que são os que originalmente se utilizavam para transportar os barris de vinho do Porto desde a região do Douro até Gaia/Porto. Em 50 minutos poderá desfrutar de uma visita desde o Centro Histórico do Porto, Património da Humanidade da UNESCO, até Freixo, rio acima, e Foz do Douro, rio abaixo.

Preço da atividade: desde 14€ | 20% de desconto com o Porto.CARD.

Nota: No posto de turismo podem comprar os tickets para o Cruzeiro das 6 Pontes.

Podem agendar um horário específico ou obter um ticket sem hora, para depois poder realizar o cruzeiro quando quiserem.

Caves do Vinho do Porto

Nas visitas guiadas às Caves do Vinho do Porto, irá conhecer a Região Demarcada do Douro, assim como a história da produção do Vinho do Porto, e terá acesso a uma prova de vinhos do Porto.

Preço da atividade: a partir de 13€ | a partir de 10% de desconto com o cartão Porto.CARD.

Nota: É necessário agendar o horário. No nosso posto de turismo podem fazer a reserva das visitas às caves.

Autocarros turísticos (Hop-on - Hop-off)

Descubra o Porto percorrendo toda a cidade num autocarro. A viagem será acompanhada de um audioguia disponível em vários idiomas.

Preço: a partir de 18€ | desde 20% de desconto com o Porto.CARD.

Nota: No posto de turismo podem comprar os tickets para este circuito.

Para além disso, temos circuitos em tuk tuk, bicicleta, visitas guiadas a pé, comboios turísticos e espetáculos de fado.

Podemos enviar-lhe mais informações sobre estas e outras visitas/circuitos.

O que visitar no Norte de Portugal?

A 30 minutos do Porto...

Matosinhos

Muito perto do Porto está **Matosinhos**, onde pode dar um passeio junto ao mar, vislumbrando a arquitetura do **Terminal de Cruzeiros de Leixões**. Esta é uma aldeia de pescadores, onde pode desfrutar de **peixe e marisco fresco**.

Mais informações no website: <https://www.cm-matosinhos.pt/conhecer/postos-de-turismo>

A uma hora do Porto...

Na região do **Minho** destacamos **Guimarães, Braga, Ponte de Lima e Viana do Castelo**, devido à facilidade de acesso. Pode dirigir-se de carro ou comboio a Braga e Guimarães. Para Viana do Castelo e Ponte de Lima pode deslocar-se de carro ou autocarro.

Guimarães

Guimarães é a cidade onde as nossas origens são mais sentidas. O centro histórico de Guimarães celebrou em 2021 o vigésimo aniversário da designação de Património da Humanidade dada pela UNESCO. Para descobrir por si mesmo os recantos da cidade, deve visitar: **o Castelo de Guimarães e o Paço dos Duques de Bragança**.

Recomendamos também que faça uma visita à **Capela de S. Miguel**, prove os produtos regionais e que tenha a oportunidade de descobrir as ruas e praças do centro histórico. Pode visitar o **Convento de Santa Clara**, com a sua fachada barroca e onde se encontra a Câmara Municipal.

Recomendamos-lhe que desfrute de uma experiência ao andar no **teleférico** enquanto sobe a montanha da Penha, proporcionando uma viagem de 1700 metros.

Preço da visita:

Castelo de Guimarães - desde 2€

Paços dos Duques de Bragança - desde 5€

Capela de S. Miguel: entrada livre

Convento de Santa Clara: entrada livre

Teleférico: desde 4€ (ida) e 7,50€ (ida e volta)

Mais informações no website: <https://www.cm-guimaraes.pt/conhecer>

Braga

Braga é considerada uma cidade religiosa, tendo uma abundância de edifícios religiosos, como a famosa **Catedral de Braga**, a mais antiga do país, e o impressionante **Santuário do Bom Jesus do Monte**, declarado pela UNESCO em 2019 como Património Cultural da Humanidade.

Recomendamos-lhe também que passe pelo **Arco da Rua do Souto**, também conhecido por Porta Nova. Não deixe de atravessar a **Avenida da Liberdade**, uma das principais avenidas de Braga, onde encontrará o mítico **Theatro Circo** e os centros comerciais e lojas mais populares de Braga.

Preço da visita:

Catedral de Braga - desde 2€

Mais informação no website: <https://www.cm-braga.pt/es/0101/conhecer/seja-bem-vindo-a-braga>

Ponte de Lima

No coração de Vale do Lima, pode encontrar a beleza autêntica e peculiar da **aldeia mais antiga de Portugal**. É uma **aldeia medieval** rodeada por muralhas e nove torres. Em Ponte de Lima descubra o património histórico, a cultura, os jardins, a gastronomia e os famosos vinhos verdes.

Se quiser fazer ecoturismo, existem várias trilhos ecológicos e rotas sinalizadas, mas se preferir contemplar o património arquitetónico, destacamos a **Ponte Romana e a Ponte Medieval**, ex-libris da cidade, o **Chafariz Nobre** junto a uma das entradas

principais da muralha, a majestosa **Avenida dos Plátanos** e o **Miradouro de Santo Ovídio** que tem a vista mais privilegiada e com vestígios da Idade do Ferro.

Mais informações no website: <https://www.cm-pontedelima.pt/pages/533>

Viana do Castelo

Viana do Castelo é a cidade atlântica mais a norte de Portugal. A inigualável **riqueza etnográfica de Viana**, que torna a cidade a **capital do folclore português**, a originalidade e funcionalidade do seu artesanato, com especial destaque as louças e os bordados, a assídua e qualificada animação cultural.

É na Praça da República onde estão várias atrações, desde a **Fonte** (Monumento Nacional), passando pelo **edifício da Misericórdia**, até ao edifício da **Câmara Municipal Velha** (Monumento Nacional). Nas traseiras deste edifício, pode-se ver o **Portal de Mexia Galvão**. É também nesta emblemática praça que se localiza o **Museu do Traje**, onde se exibem os trajes típicos da vianesa, peculiares pelas suas formas, cores e desenhos. Não pode perder o emblemático **Monte de Santa Luzia**, que é o Santuário do Sagrado Coração de Jesus, construído no esporão ocidental da montanha de Santa Luzia.

Preço da visita:

Museu do Traje – desde 2€

Mais informações no website: <http://www.cm-viana-castelo.pt/>

No município de **Arouca**, a sul do Porto, irá encontrar os **Passadiços do Paiva**, onde poderá experimentar o contacto com a natureza e alguma adrenalina. A melhor maneira de chegar lá é de carro.

Arouca – Passadiços de Paiva

Vencedor dos World Travel Awards pelo quarto ano consecutivo, os **Passadiços del Paiva** são um projeto inserido no território do **Arouca GeoPark**, reconhecido pela UNESCO como Património Geológico da humanidade. De Espiunca a Areinho existe um caminho pela natureza de 8 km que atravessa diferentes geossítios, praias fluviais e águas bravas.

Todavia podes experimentar caminhar pela **ponte pedonal** suspensa sobre um dos rios mais selvagens da Europa, o Paiva. É uma ponte suspensa no céu, a 175 metros sobre o rio Paiva.

Preço da visita:

Passadiços – desde 1€

Ponte Suspensa - desde 12€ (adulto)

Mais informações no website: <http://www.passadicosdopaiva.pt/es>

De uma a duas horas do Porto...

Na região do **Douro** destacamos **Régua, Pinhão e Vila Nova de Foz Côa**. Para visitar Régua e Pinhão pode se deslocar de comboio ou de carro. Para visitar o Parque Arqueológico a melhor opção é ir de carro.

Peso da Régua

Este ano celebra o seu vigésimo aniversário como Património da Humanidade pela UNESCO. Aqui, certifique-se de ir dar um passeio pelo **cais do rio**, atravessar a **ponte pedonal** (antiga ponte do caminho-de-ferro) e caminhar até ao **Museu do Douro**. Recomendamos-lhe que prove os tradicionais Rebuçados (Caramelos) antes de sair de Régua.

Preço da visita

Museu do Douro: desde 7,50€

Outra visita obrigatória é o **Miradouro de São Leonardo de Galafura**, com uma vista panorâmica sobre o vale do Douro.

Mais informações no website: <https://www.cm-pesoregua.pt/pages/587>

Pinhão

Conhecido como o coração do Douro, recomendamos que passeie pelo **passeio ribeirinho**, onde se encontra o cais de embarque, a emblemática **ponte sobre o Douro** e a **estação do caminho-de-ferro**.

Também pode realizar uma excursão de uma hora no **barco Rabelo**, e observar as *quintas* centenárias enquanto desfruta de uma paisagem única.

Preço do passeio:

Barco Rabelo: desde 11€

Mais informações no website: <https://turismo.cm-alijo.pt/>

Quinta do Seixo (desde 12€) e Quinta da Pacheca (desde 15€) são duas das muitas *quintas* que recomendamos visitar.

Preço da visita:

Quinta do Seixo: desde 12€

Quinta da Pacheca: 15€

Vila Nova de Foz Côa - Parque Arqueológico do Vale do Côa

Declarado Património da Humanidade pela UNESCO e considerado o maior e mais antigo **museu aberto** do mundo do Paleolítico. Neste parque encontra um conjunto de desenhos da **arte rupestre** muito bem conservados e dispersos no meio natureza.

Preço da visita:

Museu: desde 6€

Atividade guiada em kayak, com a degustação de produtos regionais: desde 40€ por adulto

Mais informações no website: <https://www.cm-fozcoa.pt/>

DISCOVERING PORTO & NORTH OF PORTUGAL

GENERAL INFORMATION PORTO AND NORTH OF PORTUGAL

General information Porto and North

What to visit in Porto?

- Clérigos Church and Tower

The church has an exceptionally oval floor plan and its interior is decorated with gilded woodwork of the johannine style. The rococo altarpiece in the presbytery, made of four-coloured marble, is particularly noteworthy.

The Clérigos Tower is one of the most emblematic monuments of the city of Porto. To enjoy the panoramic view over the city and the Douro River, which can be seen from the top of the Tower, you need to climb 240 stairs.

Price of the visit to the Church + Clérigos Tower: €6 | 50% discount with the Porto.CARD

- Livraria Lello

The Livraria Lello, one of the oldest Portuguese bookshops, is an emblematic place of the city of Porto. A must-see place for those who visit, having been nominated by the world's press as one of the most beautiful bookshops of the world.

Price of the visit: 6€.

- Gardens of Palácio de Cristal

The Romantic Gardens of the Palácio de Cristal occupies an area of 8 hectares in the Porto's centre and were designed in the 19th century by the German landscape artist Émile David. You can also contemplate the magnificent panoramic views over the river and the city.

Price of the visit: free.

- São Bento Railway Station

Located in the city centre and built at the beginning of the 20th century, the São Bento railway station has a glass and cast-iron roof designed by the architect Marques da Silva. The atrium is covered with twenty thousand historical tiles of the painter Jorge Colaço.

Price of the visit: free.

- Cathedral

Built in the 12th and 13th century, in the Romanesque style, it was expanded and renovated over time until it was finally altered into an idealised reconstruction of the medieval cathedral in the 20th century. The Gothic style, the cloister and the chapel of San Juan Evangelista stand out.

Price of the visit: €3 | €1 of discount with the Porto.CARD.

- Santa Clara Church

A building of Gothic origin, the interior of which was covered with gilded woodwork in the first half of the 18th century. It was built in the first half of the 15th century. It underwent several alterations in modern times when the beautiful Renaissance façade was built. A true Baroque jewel that impresses with its decorative exuberance.

Price of the visit: €4 | €1 of discount with the Porto.CARD.

- Stock Exchange Palace

In the historical centre of Porto, a World Heritage Site, the Stock Exchange Palace is an ex-libris of the city and the region. Classified as a National Monument, it is the property and headquarters of the Commercial Association of Porto and it was built in the second half of the 19th century, as well as it's covered with gilded woodwork.

Price of the visit: €10 | 25% discount with the Porto.CARD.

Note: In the tourist office you can buy the tickets to visit the Stock Exchange Palace, as you have guaranteed entry on the day you want to visit. Then you book the schedule for the guided tour in Spanish.

- Saint Francis Church

Main Gothic temple of the city, which construction began in the 14th century. It is one of the most important baroque works, for its interior decorated with gilded woodwork of the 17th and 18th centuries. It has been a National Monument since 1910 and a UNESCO World Heritage Site since 1996.

Price of the visit: €7,50 | 25% discount with the Porto.CARD.

- Casa da Música (concert hall)

A building designed by the Dutch architect Rem Koolhaas, the Casa da Música was inaugurated in 2005 and since then it has been converted into an icon of contemporary architecture, attracting visitors from all over the world. Its dynamic and innovative programming, on a spectrum ranging from classical music to urban avant-garde trends, benefits greatly from the four resident ensembles: Symphony Orchestra, Ensemble Remix, Baroque Orchestra and Choir.

Price of the visit to Casa da Música: from €10 | from 25% discount with the Porto.CARD.

- Serralves Museum of Contemporary Art

The Serralves Museum is the most important museum of contemporary art of Portugal, designed by the architect Siza Vieira and located in the unique spaces of the Serralves Foundation, which includes a park and a villa.

Price of the visit: €20 | 50% discount with the Porto.CARD.

Note: In the tourist office you can buy the entries for the Serralves museum. The tickets are to avoid queues.

Discount card Porto.CARD

Porto.CARD is the best way to explore the city and save money. With the card you have free entrance and discounts at more than 150 interest points. It is valid for 1, 2, 3 and 4 days, with or without free and unlimited access to public transportation.

Price of the visit: from €6.

You can consult all the information about the conditions of the card at:

https://assets.portodigital.pt/visit-porto/files/Agosto_2021_Porto.CARD.pdf

To buy the Porto.CARD: <https://visitportoandnorth.ecwid.com/Porto-Card-Official-City-Pass-c10283728>

In case you come to Porto, if you need help organizing your trip, we are available to help.

We can help you book activities and attractions in the city of Porto and the North region of Portugal, all thanks to the numerous companies that work with us every day to provide a memorable stay for those who visit us. Our associates offer walking, road, bus, and boat tours and also entrance tickets to the Port wine cellars.

Activities that you cannot miss:

6 bridges cruise (Douro river)

The 6 bridges cruise takes place on the Rabelo boats, which were originally used to transport barrels of Port wine from the Douro region to Gaia/Porto. In 50 minutes, you can enjoy a visit from the Historical Centre of Porto, UNESCO'S World Heritage Site, to Freixo, upstream, and Foz do Douro, downstream.

Price of the activity: from €14 | 20% discount with the Porto.CARD.

Note: In the tourist office you can buy the tickets for the six bridgeds cruise. You can book a specific schedule or have a ticket without a specific time, which they can then do whenever they want.

Port Wine Cellars

In the guided tours to the Porto Wine Cellars, you will learn about the Douro Demarcated Region, as well as the history of Port Wine production and you will have access to a Port Wine tasting.

Price of the activity: from €13 | from 10% discount with the Porto.CARD.

Note: You need to book a schedule. In our tourist office you can make the reservation to visit the cellars.

Tourist Buses (Hop-on - Hop-off)

Discover the city of Porto by bus, touring the entire city. The tour is accompanied by an audio guide available in many languages.

Price: from €18 | from 20% discount with the Porto.CARD.

Note: In the tourist office you can buy the tickets for this tour.

In addition, we have tuk tuk tours, bike tours, walking guided tours, a tourist train and fado shows.

We can send you more information about these and more tours.

What to visit in the North of Portugal?

30 minutes from Porto...

Matosinhos

Really close to Porto you have **Matosinhos**, where you can take a walk by the sea, glimpsing at the architecture of the **Leixões Cruise Terminal**. This is a fisherman village, where you can enjoy **fresh fish** and **seafood**.

More information at the link: <https://www.cm-matosinhos.pt/conhecer/postos-de-turismo>

One hour from Oporto...

In the region of **Minho**, we highlight **Guimarães, Braga, Ponte de Lima** and **Viana do Castelo**, because of the easy access. Braga and Guimarães can be reached by car or by train. Viana do Castelo and Ponte de Lima can be reached by car or by bus.

Guimarães

Guimarães is the city where our origins are most deeply felt. The historical centre of Guimarães celebrated in 2021 the 20th anniversary of the designation given by UNESCO as a World Heritage Site. For you to discover by yourself the corners of the city, you should visit: **the Guimarães Castle** and the **Palace of the Dukes of Braganza**.

We also recommend that you visit the **São Miguel Chapel**, try tastings of regional products and take the opportunity to discover the streets and squares of the old town. You can visit the **Santa Clara Convent**, with its baroque façade and where the Town Hall is located.

We recommend you enjoy a **cable car** experience as you climb the Penha Mountain, providing a journey of 1700 metres.

Price of the visit:

Guimarães Castle - from €2

Palace of the Dukes of Braganza - from €5

São Miguel Chapel: free entrance

Santa Clara Convent: free entrance

Cable car: from €4 (one way) and €7,50 (round trip)

More information at the link: <https://www.cm-guimaraes.pt/conhecer>

Braga

Braga is considered to be a religious city, with abundant religious buildings, like the famous **Braga Cathedral**, the oldest in the country, and the impressive **Bom Jesus do Monte Sanctuary**, declared by UNESCO in 2019 as a World Heritage Site.

We also recommend that you go to the **Arch of Souto Street**, also known as Porta Nova (New Door), and don't forget to cross the **Avenida da Liberdade**, one of the main avenues of Braga, where you will find the **Theatro Circo** and Braga's most popular shopping centres and stores.

Price of the visit:

Braga Cathedral - from €2

More information at the link: <https://www.cm-braga.pt/es/0101/conhecer/seja-bem-vindo-a-braga>

Ponte Lima

In the heart of Vale do Lima, you have the authentic and peculiar beauty of the **oldest village of Portugal**. It's a **medieval village** surrounded by walls and nine towers. In Ponte de Lima, discover the historical heritage, the culture, the gardens, the gastronomy and the famous verde wine.

If you want to do nature tourism, there are several eco-routes and signposted routes, but if you prefer to contemplate the architectural heritage, we highlight the **Roman Bridge and the Medieval Bridge**, ex-libris of the city, the **Noble Fountain** next to one of the main entrances of the city wall, the majestic **Plane Tree Avenue** and the

Viewpoint of Saint Ovid with the most privileged view and with vestiges of the Iron Age.

More information at the link: <https://www.cm-pontedelima.pt/pages/533>

Viana do Castelo

Viana do Castelo is the northernmost Atlantic city in Portugal. The unequalled **ethnographic wealth of Viana**, which makes this town the **capital of portuguese folklore**, the originality and functionality of its craftsmanship, with special emphasis on crockery and embroidery, the assiduous and qualified cultural animation.

It's at the Praça da República Square where you have several attractions, from the **Fountain** (National Monument), through the **building of Misericórdia**, until the **Old Town Hall building** (National Monument). Behind this building, you can see the **Mexia Galvão Portal**. It is also in this emblematic square that the **Costume Museum** is located, where the typical costumes of the vianesa, peculiar for its shapes, colours and drawings, are exhibit. You cannot miss the emblematic **Santa Luzia Mountain**, where you have the Sacred Heart of Jesus Sanctuary, built on the western spur of the Santa Luzia Mountain.

Price of the visit:

Costume Museum – from €2

More information at the link: <http://www.cm-viana-castelo.pt/>

In the municipality of **Arouca**, south of Porto, you will find the **Paiva Walkways**, where you can be in contact with nature and feel some adrenaline. The best way to get there is by car.

Arouca – Paiva Walkways

Winner of the World Travel Awards for the fourth consecutive year, the **Paiva Walkways** is a project inserted in the **Arouca GeoPark** territory, recognised by UNESCO as Geological Heritage of Humanity. From Espiunca to Areinho you have an 8 km nature walk that goes through different geosites, river beaches and wild waters.

You can still experience taking a walk on a **footbridge** suspended over one of the wildest rivers in Europe, the Paiva. It is a bridge suspended in the sky, 175 metres above the Paiva river.

Price of the visit:

Walkways – from €1

Suspended Bridge - from €12 (adult)

More information at the link: <http://www.passadicosdopaiva.pt/es>

One to two hours from Oporto...

In the region of **Douro**, we highlight **Régua**, **Pinhão** and **Vila Nova de Foz Côa**. To visit Régua and Pinhão you can go by train or by car. To visit the Archaeological Park the best option is to go by car.

Peso da Régua

This year this city celebrates its 20th anniversary as a UNESCO World Heritage Site. Here make sure to take a walk through the **river dock**, cross the **footbridge** (old railway bridge) and walk to **Douro Museum**. We recommend that you try the traditional Rebuçados (Caramels) before leaving Régua.

Price of the visit

Douro Museum: from €7,50

Another must-see place is the **Viewpoint of Sao Leonardo de Galafura**, with a panoramic view of the Douro valley.

More information at the link: <https://www.cm-pesoregua.pt/pages/587>

Pinhão

Known for being the heart of Douro, we recommend that you take a stroll along the **riverside walk**, where you will find the boarding dock, the emblematic **bridge above the Douro river** and the **railway station**.

You can also take a 1 hour tour on the **Rabelo boat** and observe the centuries-old *vines* while enjoying the unique scenery.

Price of the tour:

Rabelo Boat: from €11

More information at the link: <https://turismo.cm-alijo.pt/>

Quinta do Seixo (from €12) and Quinta da Pacheca (from €15) are two of the many farms we recommend to visit.

Price of the visit:

Quinta do Seixo: from €12

Quinta da Pacheca: €15

Vila Nova de Foz Côa - Côa Valley Archaeological Park

Declared UNESCO World Heritage Site and considered the oldest and biggest **opened museum** of the Palaeolithic world. In this park you will find a very well-preserved group of **rock art** scattered in the middle of nature.

Price of the visit:

Museum: from €6

Guided kayak activity with tasting of regional products: from €40 per adult

More information at the link: <https://www.cm-fozcoa.pt/>

Anexo 5

Roteiro LGBTQ+

Portugal é considerado um dos melhores destinos para os turistas LGBTQ+, sendo também um dos únicos países que lhes atribui os mesmos direitos que a população heterossexual tem. O Porto é uma das cidades de Portugal que oferece a este público-alvo diferentes tipos de atividades e locais para passarem umas boas férias, com entretenimento e descanso.

Aqui ocorrem diferentes tipos de eventos para a população LGBTQ+, como o Porto Pride e o Queer Porto. O primeiro ocorre em setembro na Praça D. João I e inclui música ao vivo, workshops, debates, entre outras atividades. Já o segundo acontece em outubro e consiste no Festival Internacional de Cinema Queer, onde podem assistir a filmes, performances e festas. No entanto, ainda só estamos na Primavera. Então o que é que podem fazer nesta altura do ano?

Agora que o verão está para vir, começam a organizar diferentes tipos de eventos, um deles é o LGBTQ+ Music Festival 2022. Este vai ser realizado entre os dias 1 e 3 de julho e irá ter a presença de artistas famosos. Caso tiver vontade de participar neste festival, pode ficar alojado aqui na cidade em diversos hotéis *gay friendly* e onde pode usufruir de vantagens específicas. Tem o Selina Porto que fica perto da Ribeira e disponibiliza comodidades como aulas de yoga e de surf, uma sala de cinema, uma biblioteca, entre outras. O Gallery Hostel Porto é também um alojamento de luxo recomendado para a comunidade LGBTQ+, pois é um lugar bastante acolhedor e criado com o intuito de mostrar a arquitetura e as casas típicas da cidade, em conjunto com uma decoração moderna que ajuda a promover a arte e os seus artistas. Este hostel inclui uma sala de entretenimento, uma galeria de arte, visitas guiadas pelo Porto, aluguer de bicicletas, etc, para todos poderem se divertir à sua própria maneira. Quer experienciar o Douro? Pode também considerar ficar no Douro Royal Valley Hotel & Spa, um lindo hotel com quartos virados para as maravilhosas vistas do rio Douro, spa, restaurante e bar, entre outras confortos.

De forma a aproveitar o que a cidade tem para oferecer em termos culturais e tradicionais, aconselhamos sempre fazer uma visita guiada a uma das Caves do Vinho do Porto. Por exemplo, as Caves Cálem disponibilizam diferentes tipos de visitas guiadas às caves, que pode abranger a prova de vinho e, se quiser, um espetáculo de fado. Pode também realizar uma tour com a Douro First, uma empresa que oferece itinerários diferentes: passeios de barcos, vistas deslumbrantes das vinhas, prova de vinhos e almoço. Igualmente, temos um espaço de intervenção cultural chamado de Maus Hábitos onde são apresentados conteúdos LGBT de forma a agradar todo o público-alvo que recebem. Visitem o website deles, não se irão arrepender.

Para poder relaxar um pouco, a Invicta tem também saunas e spas onde pode disfrutar de momentos tranquilos. Na Sauna Thermas 205 pode beneficiar de banhos turcos, salas de vapor jacuzzi e piscinas quentes, e na Sauna Camões pode usufruir de saunas finlandesas, cabines relaxantes, uma zona de lounge e uma sala de vídeo. Para além disto, pode passear pelas ruas e visitar lojas de recordações como a The Portuguese Cock, que vende produtos tradicionais portugueses personalizados, e a Kardo & Mister Cock, uma loja para o público gay, especificamente adulto.

Claro, vão querer almoçar e jantar nalgum local típico da cidade. Têm restaurantes à qual a especialidade é comida tipicamente portuguesa como, por exemplo, o Vitorino, ou têm a oportunidade de explorar lados mais eróticos da cidade. O The Lingerie Restaurant é um local onde pode deliciar-se com pratos maravilhosos, servidos pelos funcionários que estão vestidos somente com uma lingerie. Estas refeições podem ser acompanhadas por espetáculos de dança, *brulesque*, *drag queen shows*, entre muitos outros. O *after party* pode ser celebrado nos vários bares espalhados pela cidade. O Pride Bar proporciona diferentes tipos de festas temáticas e shows, música, maioritariamente pop dos anos 80, e strip teasers masculinos e femininos. O Bar of Soap já é um bar mais tranquilo para beber com os amigos, jogar pequenos jogos de tabuleiros ou até ler um livro. Se preferir assistir algum show específico, o Bar Zoom e o Invictus Café Bar proporcionam, para além de música e dança, *drag queen shows*.

Pode então ver que aqui na cidade do Porto pode passar bons momentos com os seus amigos ou até com o seu parceiro. Caso tiverem necessidade de se informar sobre algo ou precisam de ajuda, sugerimos que contactem a Associação Plano i ou o Centro Gis,

dois locais que promovem a igualdade de gênero e que podem ajudar bastante a comunidade LGBTQ+.

Anexo 6

ROTEIRO PORTO.CARD – ARTE

Ao visitar a cidade Invicta irá encontrar por todo o lado obras de arte únicas, desde os seus lindíssimos edifícios arquitetónicos, até à arte urbana espalhada pela mesma. Para quem é apreciador de arte sugerimos que explore o que a cidade do Porto tem para oferecer dentro do mundo da Arte.

Pode começar por fazer uma visita guiada num tuk tuk com a Tukung People (15%), onde pode optar por fazer uma visita pelo centro histórico ou usufruir da opção de uma tour personalizada para poder observar a arquitetura e a arte urbana que está por toda a cidade. Para além disso, temos diversos museus e galerias que recomendamos que visite de forma a ficar a conhecer os diferentes tipos de arte tradicional e contemporânea do Porto.

No Museu de Arte Contemporânea de Serralves (20%) estão instaladas várias exposições contemporâneas que não deve perder, como a Exposição Tarek Atoui, uma exposição eletroacústica que envolve a antropologia, a etnografia, a museologia e a técnica, ou a João Paulo Feliciano – Ajax et Plures, uma apresentação das obras deste artista e do seu percurso. Igualmente, pode aproveitar a maravilhosa arquitetura da Casa de Serralves e do lindo jardim envolvente. Pode visitar também a Galeria da Biodiversidade (50%) um local que une a arte com a biologia e a história natural através de experiências sensoriais. Aqui pode ver os 15 temas principais que abordam variados aspetos da diversidade biológica e cultural.

Para poder conhecer o lado da arte mais tradicional, pode passar pela Casa da Guitarra (45%), uma loja de instrumentos musicais que vende guitarras portuguesas, clássicas, violas de fado, bandolins e bandurrinhos. Lá irá encontrar a oficina onde criam e produzem os instrumentos e onde reparam os mesmos. Nesta loja pode desfrutar de concertos, visitas explicativas, exposições, aulas de música e workshops. O Museu das Marionetas (2€ desconto) é também um local que deve visitar para ficar a conhecer a

tradição portuguesa da criação de fantoches e os teatros que fazem com eles. Em exposição têm cartazes, peças de cenografia, fotografias, adereços, marionetas, vídeos de peças e documentários. Se quiserem podem aproveitar para ir assistir a uma peça no Teatro das Marionetas (20%), mesmo ao lado do museu. Um monumento que também não pode perder é o Palácio da Bolsa (25%). A sua arquitetura com elementos do estilo neoclássico oitocentista, da arquitetura toscana e do neo-paladiano inglês e os detalhes peculiares e impressionantes da sua decoração devem ser apreciados por todos. A construção deste envolveu diversas pessoas, desde mestres entalhadores, estucadores, pintores, douradores, pedreiros e operários, e por isso merecer a sua visita.

Existem também museus e atividades mais interativas que pode chamar à atenção de muitos, principalmente dos mais novos. O Porto Legends (2€ bilhete inteiro / pack duplo 3€ de desconto) é um espetáculo virtual que apresenta a história e as lendas da cidade do Porto e da região norte do país. Neste estão envolvidos atores, animações gráficas, telas holográficas, música e narrações que proporcionam uma experiência audiovisual e única de 360º, refletida nas paredes das Furnas da Alfândega do Porto. Para fazer algo mais simples e acolhedor, passe pelo Zinda Atelier (10%), uma loja de cerâmica que vende produtos lindíssimos e típicos da região. É neste atelier que se produzem peças de cerâmica e azulejo ao fazer uma ligação com o tradicional e o contemporâneo. Adicionalmente, contam com workshops onde qualquer um pode criar uma peça única para si próprio, levando consigo uma recordação do Porto.

Com o Porto.CARD pode fazer isto e muito mais. Aproveita este cartão de desconto e usufrua de uma visita interessante e divertida, ao mesmo tempo que poupam algum dinheiro.

Anexo 7

Páscoa

A Páscoa está a chegar, e em Portugal esta festividade é considerada uma das mais importantes, sendo celebrada por muitas pessoas à volta do país. É a melhor altura do ano para visitar a cidade do Porto e ficar a conhecer a Páscoa tradicional portuguesa, principalmente a confeitaria nacional. No mês de abril irá encontrar por todo o lado amêndoas, ovos de chocolate e o famoso pão de ló, os doces mais comprados e consumidos nesta época. Sugerimos que faça uma visita à mercearia A Favorita do Bolhão onde pode comprar alguns destes doces e muito mais. É uma mercearia histórica e tradicional fundada em 1934 que vende todo o tipo de biscoitos, compotas, salgados e bebidas portuguesas. Para além destes, na altura de Páscoa irá encontrar diversos tipos de amêndoas e ovos de chocolate com diferentes sabores e cores, assim tendo a oportunidade de provar os sabores típicos da cidade e da Páscoa.

O que fazer num dia de chuva?

Está a visitar o Porto, mas está a chover? Não se preocupe, existem muitos locais possíveis de visitar e passar o seu tempo da melhor maneira e com a melhor companhia. Sugerimos que visite a Alfândega do Porto, um espaço repleto de eventos e espetáculos para ver e apreciar. Aqui irá encontrar duas furnas, a poente e a nascente, com diversas salas onde estão a ocorrer eventos que possam ser do seu interesse, desde o Porto Legends para a família, especialmente para as crianças, até à exposição da Frida Kahlo. Para além destes, podem usufruir de outro tipo de serviços, dependendo da exposição ou atividade que estiver a ocorrer, como, por exemplo, espetáculos, conteúdos audiovisuais, catering, entre muitos outros. Uma mais-valia deste edifício é que proporciona também conteúdos e infraestruturas adequadas e adaptadas para pessoas com necessidades especiais e com mobilidade reduzida. Aproveite esta oportunidade de conhecer um local único e inovador da cidade Invicta!

World Travel Awards

A cidade do Porto foi nomeada este ano em quatro categorias diferentes e poderá ter a oportunidade de ganhar mais um World Travel Awards, ou até mais. O Porto já é conhecido por ter diversos prémios culturais e turísticos, então sugerimos que visite esta magnífica cidade para poder entender a razão destas nomeações. Aconselhamos que faça uma excursão guiada num autocarro panorâmico da cidade como, por exemplo, o Yellow Bus. Este irá levá-lo por todos os locais mais prestigiados da cidade, ao mesmo tempo que aprende um pouco sobre a sua história com os áudio guias que têm disponíveis. Pode escolher entre fazer uma visita de 24 ou 48 horas, tendo o benefício de poder entrar e sair do autocarro quando quiser. Não perca a chance de visitar o Porto e ficar a conhecer os locais mais bonitos de Portugal.

Anexo 8

Lista de Acessibilidade na cidade do Porto

Website com informação sobre acessibilidade: Accessible Portugal; Tur4all

Atrações Turísticas

Alfândega do Porto

- Elevadores e rampas de acesso;
- Inclui cadeiras de rodas;
- Instalações sanitários adaptadas;

Casa da Arquitetura

- Equipamento audiovisual, tradução simultânea, projeção de imagem, gravação áudio e cobertura fotográfica;

Casa da Música

- Estacionamento reservado;
- Área envolvente acessível;
- Corredores bem dimensionados;
- Rampas e elevadores;
- Bilheteira com balcões rebaixados;
- Salas acessíveis;
- Plataforma elevatória para aceder ao restaurante e bar com balcões rebaixados;
- Instalações sanitárias adaptadas;
- Tem atribuído o Nível 1- Funcional do certificado de acessibilidade;

Casa do Infante

- Acesso a cadeira de rodas;

Casa-Museu Guerra Junqueiro

- Acesso a cidadãos com mobilidade reduzida a todos os locais públicos da Casa-Museu;

Casa-Museu Marta Ortigão

- Acesso a cadeira de rodas

Centro Português de Fotografia

- Rampa de acesso e elevadores com acesso a locais específicos;
- Inclui uma plataforma de escada fixa;
- Acesso às enxovias de Santa Ana, Senhor de Matosinhos e de Santa Teresa, assim como a loja;
- Instalações sanitárias adaptadas;
- Website informativo e acessível;

Coliseu Porto Ageas

- Espaço acessível a pessoas com cadeira de rodas;
- Instalações sanitárias adaptadas;
- Festival Dias da Dança é um evento específico que é bastante inclusivo: inclui sessões com Língua Gestual Portuguesa ou audiodescrição;
- Alguns eventos, para além do anterior, também são criados para pessoas com necessidades especiais;

Fundação de Serralves

- Acessibilidade física
 - Rampas de acesso e elevador;
 - Instalações sanitárias adaptadas;
 - Inclui cadeiras de rodas;
 - Estacionamento reservado;

- Carrinhos elétricos para transporte de pessoas com deficiências e/ou incapacidades;
- Equipamentos de tração para visita autónoma;
- Em execução: planta tátil do Conjunto Patrimonial de Serralves; hortas elevadas acessíveis; mesas de jardinagem acessíveis;
- Acessibilidade de conteúdos
 - Visitas guiadas em Língua Gestual Portuguesa e Sinal Gestual Internacional;
 - Oficinas educativas para pessoas com deficiências e/ou incapacidade, inclusive nos grandes eventos;
 - Em execução: Audiodescrição da Casa de Serralves; aplicação móvel com conteúdos acessíveis;
 - Website acessível;

Galeria da Biodiversidade

- Permitido o estacionamento a viaturas utilizadas por cidadãos com deficiências, mobilidade reduzida ou outras situações similares;
- Espaço adequado para receber visitantes com necessidades educativas especiais;

House of Filigree

- Bilhete gratuito a pessoas com necessidades especiais;

Igreja e Torre dos Clérigos

- Posto de perceção multissensorial que simula a experiência de subida à Torre;
- Rampa de acesso a um elevador que tem acesso a todos os pisos;
- Sala A+: sala que integra uma cápsula cilíndrica que tem 7 monitores ao seu redor que transmitem as imagens filmadas pelas camaras que estão colocadas no cimo da torre;
- Website com alguma informação;

Jardim Botânico/ Jardim do Passeio Alegre/ Parque da Cidade/ Parque de São Roque

- Espaços acessíveis para pessoas com mobilidade reduzida;

Mercado do Bolhão

- Acesso fácil para entrar no edifício;
- Elevador;

Paço Episcopal

- Acesso a pessoas com mobilidade reduzida;
- Serviço pastoral a pessoas com deficiência;

Palácio da Bolsa

- Entrada lateral com rampa;
- Área envolvente acessível;
- Instalações sanitárias adaptadas;
- Elevador preparado para acomodar cadeira de rodas;
- Atendimento prioritário;

Palácio das Artes

- Instalações sanitárias adaptadas;
- Elevador;

Pavilhão da Água

- Rampas de acesso;

Planetário do Porto

- Acesso a pessoas com necessidades especiais e físicas;

Praia do Senhor da Pedra

- Instalações sanitárias adaptadas;
- Rampas de acesso;
- Condições de mobilidade na água – cadeira anfíbia;

- Estacionamento reservado;
- Staff disponível para dar apoio;

Praia Homem do Leme

- Instalações sanitárias adaptadas;
- Rampas de acesso;
- Condições de mobilidade na água – cadeira anfíbia;

SEA LIFE Porto

- Elevadores;
- Instalações sanitárias adaptadas;
- Espaços de circulação para cadeiras de rodas;
- Desconto de 35% no bilhete par pessoas portado rad de deficiências e, se for o caso, para o acompanhante;
- Permitem a entrada de cães-guias;
- Website informativo e acessível;

Teatro Municipal do Porto - Rivoli e Campo Alegre

- Lugares reservados a pessoas com cadeira de rodas;
- Instalações sanitárias adaptadas;
- Permissão de cães-guias com aviso prévio;
- Desconto de 30% nos bilhetes (entrada gratuita a um acompanhante);
- Sessões e atividades com interpretação em Língua Gestual Portuguesa e audiodescrição;

Teatro Nacional São João / Teatro Carlos Alberto / Mosteiro de São Bento da Vitória

- Lugares disponíveis para pessoas com mobilidade reduzida;
- Instalações sanitárias adaptadas;
- Lugares de estacionamento em frente ao Mosteiro;
- No TNSJ e no MSBV fazem visitas guiadas com a orientação de um interprete/mediador em Língua Gestual Portuguesa, assim como vídeo-guias com tradução em LGP (mediante marcação prévia);

- Específicos espetáculos são realizados com Tradução em Língua Gestual Portuguesa ou audiodescrição;
- Espetáculos com sessões descontraídas: sessões dedicadas a acolher famílias e pessoas com necessidades especiais que precisam de um ambiente mais tranquilo, sem grande movimentação e sem ruídos;
- Website informativo e acessível;

WOW - World of Wine

- Entradas de acesso adaptadas;

Zoo Santo Inácio

- Rampas de acesso;
- Instalações sanitárias adaptadas;
- Dispõem de cadeiras de rodas;
- Preçário especial para pessoas com mobilidade reduzida e ou portadoras de deficiência (3€);

Museus

Museu da 1ª Demarcação do Douro

- Espaços amplos para circulação adequada;
- Rampas de acesso;
- Elevador com acesso ao 1º piso;
- Expositores e vitrinas com desenho ergonómico;
- Postos multimédia e interativos;
- Conteúdos expositivos traduzidos para inglês;

Museu da História Natural da Universidade do Porto

- Espaço adequado para receber visitantes com necessidades educativas especiais.

Museu de Arte Sacra e Arqueologia

- Rampas de acesso

Museu do Carro Elétrico

- Rampas de acesso;
- Elevador;
- Conjunto de materiais interpretativos em braille, nomeadamente guias para visitas ao Museu que, juntamente com guias áudio, permitissem visitas autónomas à exposição permanente, e na organização de visitas guiadas de carácter exploratório para grupos;

Museu do Centro Hospitalar do Porto

- Permitida a entrada de cães-guias;
- Rampas de acesso;
- Elevador;
- Espaço adaptado para receber visitantes com necessidades especiais;

Museu do ISEP

- Visitas orientadas por vídeo-guias em LGP;

Museu do Papel-Moeda

- Acessibilidade Física
 - Piso podo tátil;
 - Rampas de acesso e elevador;
 - Instalações sanitárias adaptadas;
 - Estacionamento reservado;
 - Espaço envolvente acessível;
- Acessibilidade de conteúdos
 - Software de apoio a pessoas com deficiência neuro motora;
 - Ampliador de ecrã;
 - Leitor de ecrã e leitor de ótica;

- Hardware específico; ratos adaptados, ecrãs táteis; e outros equipamentos;
- Audioguias em PT e EN, incluindo um transmissor para pessoas com aparelhos auditivos;
- Guias em PT, EN, FR, Braille, assim como guias ampliados;
- Parede interativa;
- Notas com relevo;
- Alguns filmes podem incluir Língua Gestual Portuguesa ou legendas (depende do filme);
- Vídeo-guia em Língua Gestual Portuguesa;
- Inclui visitas e workshops dedicados a pessoas com necessidades especiais;
- Website bastante informativo e acessível;

Museu do Vinho do Porto

- Rampas de acesso;
- Textos em braille;
- Instalações sanitárias adaptadas;

Museu das Marionetas

- Rampas de acesso;
- Visita virtual ao piso -1 devido à falta de acesso;
- Ecrãs táteis;
- Vídeo-guias em Língua Gestual Portuguesa;
- Áudio-guias em português, inglês, francês e espanhol;
- Website informativo e acessível;

Museu dos Transportes e Comunicações

- Equipado com instalações que permitem um acesso fácil a pessoas com mobilidade reduzida;

Museu e Igreja da Misericórdia do Porto

- Rampas de acesso na entrada do museu, da Galeria dos Benfeitores e na Igreja;
- Plataforma elevatória que acede ao 2º piso;
- Elevador;
- Instalações sanitárias adaptadas;
- Bancos para repouso;
- Proporcionam cadeiras de rodas;
- Sala com animação 4D com áudio em português (Óculos de realidade virtual para visitantes que não possam aceder à sala);
- Audioguias e painéis explicativos em português e inglês;
- Website informativo e acessível;

Museu Futebol Clube do Porto e Estádio

- Lugares reservados para pessoas com deficiências e os respetivos acompanhantes;
- Inclui rampas e elevadores espaçosos;
- Dispõe de cadeiras de rodas limitadas;
- Guias do Museu em braille na receção;
- Locais com mobilidade reduzida no Estádio;

Museu Nacional da Imprensa

- Rampas de acesso;
- Estacionamento reservado;

Museu Romântico

- Acesso a cadeira de rodas;

Museu Soares dos Reis

- Visitas de público com necessidades especiais em termos de mobilidade;
- Espaços de exposição acessíveis por elevador ou rampa;

- Programas de visitas guiadas por marcação prévia, que possibilitam a observação de peças de vulto pelo tato;

Museu World of Discoveries

- Infraestruturas físicas e humanas acessíveis;
- Conteúdo adaptado para pessoas com necessidades especiais – incapacidades sensoriais e cognitivas;

Tours guiadas

City Sightseeing Portugal

- Acessível para pessoas com cadeira de rodas de 70 cm de largura, 120 cm de comprimento e 135 cm de altura (caso tenha medidas diferentes contacte antecipadamente);
- Uma tour tem lugar para uma pessoa de cadeira de rodas;

Yellow Bus Sightseeing Tours

- Permitidos cães-guias;

Douro Azul

- Permitidos cães-guias;

Douro Acima/Taking people

- Permitidos cães-guias;

Rota do Douro

- Permitidos cães-guias;

Tomaz do Douro

- Permitidos cães-guias;

Feel Douro

- Disponibiliza o widget de acessibilidade do site UserWay;
- Website acessível;
- Permitidos cães-guias;

Tuk Tour

- Acessível para pessoas com cadeira de rodas;
- Permitidos cães-guias;

Get your guide

- Tours realizadas em carros com acessibilidade;

Alojamento

Axis Porto Business & Spa Hotel

- Estacionamento acessível;
- Espaços adaptados a pessoas com mobilidade reduzida;
- Elevador;
- Instalações sanitárias adaptadas;

Bessa Hotel

- Espaços adaptados a pessoas com mobilidade reduzida;
- Instalações sanitárias adaptadas;
- Elevador;
- Estacionamento reservado;

Grande Hotel do Porto

- Elevador;
- Espaços acessíveis a pessoas com mobilidade reduzida;
- Quartos e instalações adaptadas;

HF Fénix Porto

- Elevador;
- Espaços acessíveis a pessoas com mobilidade reduzida;
- Quartos e instalações adaptadas;

Hotel AC Porto

- Permitem animais de serviço;
- Estacionamento reservado;
- Sinalização em braille e tátil;
- Transporte acessível;
- Elevadores;
- Diferentes áreas acessíveis: ginásio, entrada pública, balcões, banheiros, espaços para reuniões, salões de festa, restaurante/lounge;
- Instalações sanitárias adaptadas;
- Quartos adaptados a pessoas com mobilidade reduzida;
- Rota acessível entre a entrada e os quartos;
- Telefone com despertador;
- Website informativo e acessível;

Hotel Eurostars das Artes

- Quartos adaptados;
- Instalações sanitárias adaptadas (mas não inclui todas as condições necessárias);
- Elevador;
- Espaços acessíveis a pessoas com mobilidade reduzida;

Hotel Ibis Porto São João

- Estacionamento reservado;
- Elevador;
- Espaços acessíveis a pessoas com mobilidade reduzida;
- Quartos adaptados;

Hotel Infante Sagres

- Elevador;
- Quartos e instalações adaptadas;
- Espaços acessíveis a pessoas com mobilidade reduzida;

Hotel Ipanema Park

- Elevador;
- Espaços acessíveis a pessoas com mobilidade reduzida;
- Quartos e instalações adaptadas;

Hotel Vila Galé Porto

- Elevador;
- Espaços acessíveis a pessoas com mobilidade reduzida;
- Quartos e instalações adaptadas;
- Instalações sanitárias adaptadas (mas não inclui todas as condições necessárias);

Mercure Porto Centro

- Estacionamento reservado;
- Elevador;
- Espaços acessíveis a pessoas com mobilidade reduzida;
- Instalações sanitárias adaptadas;
- Quartos e instalações adaptadas;

Palácio do Freixo – Hotel

- Acessibilidade para pessoas com cadeira de rodas no hotel e nos quartos;
- Instalações sanitárias adaptadas;
- Elevador;

Sheraton Porto Hotel & Spa

- Permitem animais de serviço;

- Estacionamento reservado;
- Sinalização em braille e tátil;
- Transporte acessível;
- Elevadores;
- Diferentes áreas acessíveis: ginásio, entrada pública, balcões, banheiros, espaços para reuniões, salões de festa, restaurante/lounge, piscina, spa, caminho de mesa de registo e caminho de piscina;
- Instalações sanitárias adaptadas;
- Quartos adaptados a pessoas com mobilidade reduzida;
- Rota acessível entre a entrada e os quartos;
- Telefone com despertador;
- TTY/TDD disponível;
- TV com closed-caption;
- Website informativo e acessível;

Tiara Park Atlantic Porto

- Elevador;
- Espaços acessíveis a pessoas com mobilidade reduzida;
- Quartos e instalações adaptadas;

Transportes

CP

- Conselheiro para o Cliente com Necessidades Especiais: Tenente-Coronel António Neves auxilia as pessoas com incapacidades motoras, cognitivas e sensoriais; (apoiocliente@cp.pt)
- SIM – Serviço Integrado de Mobilidade: serviço de ajuda e informações para os clientes com necessidades especiais; Contactar (+351) 808 100 746 ou preencher o Formulário de Requisição SIM, disponível no website da CP;
- O website inclui um Manual SIM que contém toda a informação que necessita saber, sobre o que é permitido ou não permitido;

Estação de Campanhã

- Não inclui barreiras arquitetónicas;
- Rampa/elevador de acesso aos comboios;
- Pessoal de apoio;
- Instalações sanitárias adaptadas;

Estação de São Bento

- Equipamentos acessíveis estão disponíveis com requisito com, pelos menos, 12 horas de antecedências (cadeira de roda ou scooter de mobilidade);
- Porta lateral esquerda acessível;
- Entrada nos comboios acessível;

Metro do Porto

- Elevadores acessíveis às estações subterrâneas;
- Rampas de acesso nas estações de superfície;
- Máquina de venda e carregamento de títulos rebaixada;
- Guias táteis que fornecem informação através de meios sonoros ou visuais;
- Permitem cães de serviço;
- Espaços para cadeiras de rodas dentro do metro;
- Lugares prioritários;
- Plataforma do veículo está ao nível do cais de embarque;
- Ecrãs que indicam o destino e paragem;
- Áudio que indica a paragem;
- Website informativo e acessível;

Teleférico

- Acesso através de um elevador equipado com comandos acessíveis em braille;
- Porta automática;
- Permite que entre uma cadeira de rodas por cabine;
- Rampa de acesso;

Novo Terminal de Cruzeiros do Porto de Leixões

- Elevador;
- Rampas de acesso;

Aeroporto Francisco Sá Carneiro

- Elevadores;
- Estacionamento reservado;
- Tapetes rolantes;
- Sinalização e acompanhamento profissional durante embarque e desembarque;
- assistência pessoal e de bagagem nos serviços de check-in, controlos de segurança, fronteira e de embarque, até ao seu lugar no avião
- Permite entrada de cães de serviço;
- Instalações sanitárias adaptadas;

Autocarros STCP

- Autocarros com piso rebaixado;
- Rampas de acesso;
- Lugares reservados para cadeiras de rodas;
- Lugares prioritários;
- Sinais sonoros e visuais;

Caves

Caves A. Ramos Pinto

- Instalações sanitárias adaptadas;

Caves Cálem

- Bilheteira acessível, com balcão baixo;
- Percursos, corredores e piso acessíveis;

- Garrafas com instruções em braille;
- Entrada lateral com uma plataforma elevatória, sendo necessária solicitação prévia;
- WC adaptado;

Caves Churchill's

- Acessibilidade às caves;

Caves Ferreira

- Acessibilidade às caves;
- Instalações sanitárias adaptadas;

Caves Graham's

- WC adaptado, receção com balcão baixo e com um espaço amplo;
- Sala de exposição e auditório (número limitado de cadeiras de rodas) são acessíveis;
- Elevador com comandos em Braille;
- Caves, garrafeira e sala de provas vintage acessíveis através de uma rampa ou elevador;
- Loja, sala de provas, restaurante e esplanada ampla que permite circulação de cadeira de rodas;

Caves Poças

- Acessível para cadeiras de rodas;
- Instalações sanitárias adaptadas;

Caves Sandeman

- Zona com passeio irregular;
- Rampa de acesso muito inclinada e sem corrimão;
- Elevador;
- Acesso às caves através de uma rampa com inclinação acentuada e 2 corrimões;

- Casas de banho adaptadas, mas sem alarme e as torneiras são de manipulo pequeno;

Caves Taylor's

- Acessibilidade as caves, com corredores amplos;
- Restaurante, terraço e sala de provas acessíveis;
- Degrau de 8 cm que impossibilita a saída das caves;
- WC adaptado;

Caves Vasconcellos

- Acessibilidade às caves;

Cockburn's Port

- Acessibilidade às caves com reserva prévia;
- Instalações sanitárias adaptadas;

Real Companhia Velha

- Acessibilidade às caves com reserva prévia;
- Instalações sanitárias adaptadas;
- Estacionamento reservado;

Miradouros acessíveis

- Capela de Sta. Catarina e Sra. dos Anjos;
- Miradouro Pérgola da Foz
- Terreiro da Sé;