



Impacto Social da Animação Turística e Envolvimento da Comunidade

Caso do Stay To Talk – Instituto de Imersão Cultural

Ana Sofia Ferreira

Mestrado Turismo e Hospitalidade

Impacto Social da Animação Turística e Envolvimento da Comunidade

Caso do Stay To Talk – Instituto de Imersão Cultural

Orientação:

Prof.^a Doutora Medéia Veríssimo
Prof.^a Doutora Marília Durão

Janeiro, 2026



UNIVERSIDADE PORTUCALENSE

Do conhecimento à prática.

Agradecimentos

O terminar desta etapa tão importante não teria sido possível sem algumas pessoas fundamentais. Assim, gostaria de agradecer:

À minha família, em especial aos meus avós por estarem sempre lá para mim.

Aos meus amigos por serem sempre casa.

Aos meus professores, em especial às minhas orientadoras, por tudo o que me ensinaram e pela paciência que tiveram ao longo desta etapa.

A todos, muito obrigada por terem feito parte desta etapa; sem vocês não teria sido tão especial.

Resumo

O presente relatório foi elaborado no âmbito do Mestrado em Turismo e Hospitalidade e tem como tema o “Impacto Social da Animação Turística e o Envolvimento da Comunidade: o Caso do Stay To Talk – Instituto de Imersão Cultural”. Numa primeira parte, é desenvolvido um enquadramento teórico sobre o tema da animação turística. Na segunda parte do relatório, procede-se à descrição do estágio curricular, bem como de todas as atividades nele desenvolvidas. A terceira parte incide sobre o estudo empírico realizado, concluindo-se com as reflexões finais relativas ao próprio estudo empírico e a todo o processo de estágio.

Palavras-chave: Animação turística, Turismo, Envolvimento da comunidade

Abstract

This report was prepared within the scope of the Master's degree in Tourism and Hospitality and focuses on the theme "The Social Impact of Tourist Animation and Community Involvement: The Case of Stay To Talk – Institute for Cultural Immersion." The first part presents a theoretical framework on the topic of tourist animation. The second part of the report provides a description of the curricular internship, as well as all the activities carried out during this period. The third part focuses on the empirical study conducted and concludes with final reflections on both the empirical study itself and the overall internship process.

Keywords: Tourist entertainment, Tourism, Community involvement

Índice

INTRODUÇÃO	1
I. CONTEXTUALIZAÇÃO TEÓRICA	3
1.1 Animação turística: conceitos, tipologias e contributos para a valorização do património.....	4
1.2 Enquadramento legal e evolução da animação turística em Portugal	6
1.3. O destino turístico Amarante: principais recursos, produtos e dinâmicas de procura	11
II. ESTÁGIO CURRICULAR	13
2.1. Apresentação da entidade de acolhimento	13
2.1.1. Missão, visão e valores.....	15
2.1.2 Estrutura organizacional.....	15
2.1.3 Produtos e serviços.....	16
2.1.4 Segmentos de mercado e perfil dos clientes	19
2.1.5 Prémios e certificações	21
2.1.6 Parcerias institucionais do Stay To Talk	22
2.2. Análise SWOT	23
2.3. Análise crítica do estágio curricular.....	29
2.3.1 Objetivos do estágio e áreas/departamentos envolvidos	30
2.3.2 Atividades desenvolvidas	31
2.3.3 Cumprimento do plano de estágio e desempenho pessoal	41
2.3.4 Conhecimentos e competências adquiridas/desenvolvidas	44
III. ESTUDO EMPÍRICO.....	47
3.1. Metodologia	47

3.2. Resultados.....	50
3.2.1 A parceria com o Stay To Talk	50
3.2.2 Contributos da atividade turística.....	52
3.2.3 Envolvimento da comunidade	53
3.2.4 Iniciativas sugeridas	55
IV. REFLEXÕES FINAIS.....	57
4.1 Reflexão teórica e síntese dos resultados empíricos	57
4.2 Aprendizagens e experiências do estágio curricular	61
4.3 Contribuições práticas e recomendações para a empresa.....	62
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	63
ANEXOS	ix
Anexo 1: Guião de entrevista e nota informativa para os participantes	ix
Anexo 2: Entidades parceiras do Stay to Talk.....	xi

Índice de Figuras

Figura 1	<i>Número de registos de Agentes de Animação Turística por ano</i>	8
Figura 2	<i>Distribuição regional dos agentes de animação turística em Portugal (2024)</i>	9
Figura 3	<i>Número e tipologia das empresas de animação turística em Amarante</i>	9
Figura 4	<i>Evolução das empresas de animação turística em Amarante (2013-2025)</i>	10
Figura 5	<i>Logótipo Stay to Talk</i>	14
Figura 6	<i>Organograma Stay To Talk- Instituto de Imersão Cultural</i>	16
Figura 7	<i>Participação em atividade de Investigação (BTL – Bolsa de Turismo de Lisboa 2025)</i>	17
Figura 8	<i>Roteiro Cultural</i>	18
Figura 9	<i>Experiência personalizada roteiro pela cidade de Amarante</i>	18
Figura 10	<i>Atividade de turismo criativo e comunitário que estimula a aprendizagem e a interação com a comunidade local (Soenga)</i>	18
Figura 11	<i>Atividade educação para o património (OIC Verão 2025)</i>	19
Figura 12	<i>Cartaz das oficinas de imersão cultural 2024</i>	21
Figura 13	<i>I Gala Amarante+ Social</i>	22
Figura 14	<i>Dormidas nos estabelecimentos de alojamento turístico em Amarante</i>	28
Figura 15	<i>Capa do relatório anual Stay To Talk</i>	32
Figura 16	<i>Capa das credenciais Stay To Talk</i>	32
Figura 17	<i>Quinta Ladeira do Prado</i>	33
Figura 18	<i>Quinta Cavalo da Sorte</i>	33
Figura 19	<i>Atividade Amadeo Contador de Histórias</i>	34
Figura 20	<i>Festa de Natal Salvador do Monte</i>	35
Figura 21	<i>Bolsa de Turismo de Lisboa 2025</i>	36
Figura 22	<i>OIC Páscoa 2025</i>	36
Figura 23	<i>Andar no Laréu 2025</i>	37
Figura 24	<i>Corredor de imersão cultural 2025</i>	38
Figura 25	<i>Conferência L</i>	38

Figura 26 <i>Roteiro turístico em Amarante</i>	39
Figura 27 <i>Visita mediada a Amarante</i>	40
Figura 28 <i>Cronograma de estágio</i>	40

Índice de Tabelas

Tabela 1 <i>Análise SWOT do Stay to Talk</i>	24
Tabela 2 <i>Nível de concordância face à postura profissional e adequação de atitudes e comportamentos durante o estágio</i>	43
Tabela 3 <i>Nível de concordância face ao contributo do estágio curricular para o desenvolvimento de competências específicas e transversais</i>	46
Tabela 4 <i>Perfil dos entrevistados</i>	48

INTRODUÇÃO

O turismo tem vindo a afirmar-se como um setor estratégico para o desenvolvimento económico, social e cultural dos territórios, assumindo um papel cada vez mais relevante na valorização do património, na dinamização das comunidades locais e na criação de experiências diferenciadoras para os visitantes. Neste contexto, a animação turística surge como um elemento central da oferta turística, na medida em que contribui para a mediação entre o território, a cultura e o turista, ao promover práticas participativas, educativas e sustentáveis.

O presente relatório foi elaborado no âmbito do Mestrado em Turismo e Hospitalidade, da Universidade Portucalense, e tem como objetivo principal apresentar, analisar e refletir criticamente sobre o estágio curricular realizado numa empresa de animação turística de base cultural e comunitária: o Stay To Talk – Instituto de Imersão Cultural. A escolha desta entidade de acolhimento fundamentou-se no seu posicionamento diferenciado no setor da animação turística no município de Amarante, assente na valorização do património cultural e imaterial, na investigação social aplicada e na promoção de experiências de imersão cultural com forte envolvimento da comunidade local. O estágio constituiu, assim, uma oportunidade privilegiada para a aplicação prática dos conhecimentos adquiridos ao longo do percurso académico, bem como para o desenvolvimento de competências técnicas, interpessoais e reflexivas em contexto real de trabalho.

Além do foco na experiência de estágio, este relatório integra um estudo empírico de natureza qualitativa, realizado a partir da perspetiva dos parceiros institucionais do Stay To Talk, com o objetivo de compreender de que forma a atividade da empresa concorre para o desenvolvimento da região e qual o seu impacto no território.

No que diz respeito à sua estrutura, o relatório encontra-se organizado em quatro capítulos. O primeiro capítulo apresenta a contextualização teórica, na qual se tratam os conceitos, tipologias e aportes da animação turística, o seu enquadramento legal e evolução em Portugal. Este capítulo inclui, ainda, uma breve caracterização do destino

turístico de Amarante. No segundo capítulo, dedicado ao estágio curricular, apresenta-se a entidade de acolhimento, descrevem-se as atividades desenvolvidas, procede-se à análise SWOT da empresa e efetua-se uma reflexão crítica sobre o cumprimento do plano de estágio e as competências adquiridas. O terceiro capítulo corresponde ao estudo empírico, no qual se expõem a metodologia adotada e a análise dos resultados. Por fim, o quarto capítulo integra as reflexões finais, as aprendizagens resultantes do estágio, assim como algumas sugestões práticas e recomendações para a empresa.

I. CONTEXTUALIZAÇÃO TEÓRICA

O presente capítulo tem como objetivo enquadrar teórica e contextualmente o setor da animação turística e inicia-se com a apresentação das principais definições, tipologias e características associadas à animação turística. Pretende-se, assim, evidenciar o seu contributo para a valorização dos territórios e a criação de experiências turísticas diferenciadoras, centradas no património cultural e natural.

Seguidamente, procede-se à análise do enquadramento legal que regula a atividade das empresas de animação turística em Portugal, identificando as categorias e atividades abrangidas pela legislação em vigor, bem como os principais desafios estruturais e dinâmicas de crescimento que marcam o setor. Este enquadramento é complementado com dados estatísticos atualizados que ilustram a evolução da atividade nos últimos anos, o que permitirá compreender o seu impacto económico, social e territorial.

Por fim, a contextualização teórica é aprofundada e complementada com os aportes obtidos pela realização do estudo do destino turístico Amarante, a partir do qual se dá a conhecer o panorama dos seus recursos patrimoniais, produtos turísticos e perfil da procura. Esta análise local reveste-se de particular importância, uma vez que permite ilustrar, de forma aplicada, o modo como a animação turística se articula com a oferta existente e favorece o desenvolvimento do território.

1.1 Animação turística: conceitos, tipologias e contributos para a valorização do património

A animação turística constitui-se como um elemento estruturante e dinâmico no contexto da oferta turística, sendo compreendida como um conjunto de atividades organizadas que visam potenciar a experiência dos visitantes, promovendo a sua participação ativa, crítica e informada na descoberta do destino (Carvalho & Alves, 2017). Este tipo de intervenção turística procura não só entreter, mas também integrar o turista no contexto cultural e social da região visitada, respeitando as comunidades anfitriãs e o seu património.

Para Chaves e Mesalles (2001, cit. p/ Almeida 2004), a animação turística engloba um vasto leque de atividades – culturais, lúdicas, desportivas, formativas e recreativas – que podem ser promovidas por entidades públicas ou privadas, com ou sem fins lucrativos, com o objetivo de restaurar o equilíbrio físico e emocional dos turistas e combater a monotonia e o stress associados ao quotidiano. Esta perspetiva é complementada por Figueiredo (2013, cit. p/ Marujo et al., 2020), ao destacar que a animação turística proporciona experiências únicas, associadas a elevados níveis de satisfação.

A literatura especializada reconhece diversas características essenciais da animação turística, tais como o seu carácter intergeracional, voluntário, pedagógico, saudável, e a capacidade de estimular o desenvolvimento pessoal e social dos seus participantes (Quintas & Castanho, 1998, cit. p/ Almeida, 2004). Por meio desta diversidade tipológica, é possível adaptar a animação turística a diferentes públicos, contextos e objetivos, motivo pelo qual esta dimensão do turismo se configura como um recurso flexível e transversal na estratégia de valorização dos destinos.

Neste contexto, não é de estranhar que a animação turística tenha vindo a assumir um papel relevante na dinamização dos territórios, em especial por intermédio da valorização do património cultural e natural. De facto, de acordo com Simões (2009, cit. p/ Moreira, 2012), o território não se limita a ser o cenário das atividades turísticas, ele próprio é um recurso turístico. Assim, a animação turística atua como mediador entre o

visitante e os valores identitários da região, algo que confere significado às práticas e tradições locais, e estimula a preservação e reutilização do património tangível e intangível.

Por conseguinte, a animação turística torna-se, de forma crescente, num elemento fundamental de qualquer destino turístico. Conjugada com outros fatores, tais como o alojamento, a restauração, os transportes e demais serviços, pode ser uma componente diferenciadora de um destino e garantir, portanto, uma vantagem competitiva relativamente a destinos alternativos (Richards, 2002, cit. p/ Esteves et al., 2013).

No seu trabalho sobre a região do Alentejo, Costa (2021) sublinha que a animação turística se reveste de grande importância no contexto do turismo cultural e criativo, dado o seu papel na dinamização dessa e de outras regiões como o Alentejo. Segundo o mesmo autor, esta visão da animação turística é extremamente útil para a diversificação da economia local, para a criação de emprego, especialmente entre os jovens, e para o prolongamento da estadia dos visitantes. Uma perspetiva que reforça a sustentabilidade dos destinos. Exemplo disto é o caso das Aldeias do Xisto, onde se tem verificado um crescimento das atividades de animação ligadas ao património natural e cultural, as quais têm contribuído, segundo Carvalho e Alves (2017), para a diferenciação destas Aldeias.

É de salientar que a animação turística, além do seu impacto cultural, tem reflexos económicos e sociais significativos. Com efeito, como afirma Parreira (2015, cit. p/ Carvalho & Alves, 2017), a animação turística representa um fator estratégico para o desenvolvimento regional, nomeadamente pela geração de rendimento complementar e pela valorização dos recursos endógenos. Na mesma linha de pensamento, Almeida (2003) acrescenta que esta componente também colabora para o aumento das taxas de ocupação e da atratividade do destino, e, desse modo, funciona como uma mais-valia na captação e fidelização de turistas.

Neste contexto, ainda que a animação turística seja frequentemente encarada como uma oferta complementar, na perspetiva de vários autores (e.g., Esteves et al., 2013; Esteves, 2015), a animação turística pode, de facto, influenciar positivamente a

percepção do destino e a experiência global do visitante. Adicionalmente, nota-se uma tendência crescente para ser usada como ferramenta de *team building* no contexto empresarial, na medida em que tem potencial para suscitar a motivação, o espírito de equipa e o desenvolvimento interpessoal (Ramos & Marques, 2012).

Lacerda e Sousa (2009) destacam ainda que o respeito pelas comunidades anfitriãs, o interesse dos turistas pela cultura local e a valorização dos recursos materiais e imateriais são essenciais para a implementação de um turismo mais consciente, sustentável e enriquecedor para todas as partes envolvidas. Deste modo, a animação turística revela-se não apenas como um instrumento de entretenimento, mas também como um vetor de desenvolvimento socioeconómico e cultural para os territórios onde se insere.

1.2 Enquadramento legal e evolução da animação turística em Portugal

Em Portugal, a animação turística encontra-se legalmente enquadrada por um conjunto de diplomas que definem a sua natureza, âmbito de atuação e condições de exercício. De acordo com a legislação em vigor, considera-se “empresa de animação turística” qualquer pessoa singular ou coletiva que exerça, com carácter comercial, uma ou mais das atividades previstas no artigo 3.º do Decreto-Lei n.º 108/2009, de 15 de setembro, posteriormente alterado pelo Decreto-Lei n.º 95/2013, de 19 de julho, e republicado pelo Decreto-Lei n.º 186/2015, de 3 de setembro. As atividades previstas nestes Decretos-Lei compreendem ações de carácter lúdico, cultural ou desportivo, com interesse turístico para a região onde se realizam e estão, geralmente, organizadas em torno do turismo de natureza e do turismo cultural.

O diploma referido distingue entre atividades de turismo de ar livre, ou outdoor, as quais decorrem maioritariamente em espaços naturais; e atividades de turismo cultural, centradas na valorização e fruição do património material e imaterial. As primeiras incluem, entre outras, caminhadas, observação da natureza, orientação, montanhismo e escalada; enquanto as atividades culturais abrangem visitas guiadas, rotas temáticas

e experiências de contacto com tradições etnográficas e práticas locais, como a participação em tarefas agrícolas, artesanais ou gastronómicas. Estas ações visam criar um elo entre o visitante e o território e, conseqüentemente, favorecer a valorização da identidade local através da mediação cultural.

Segundo a Associação Portuguesa de Empresas de Congressos, Animação Turística e Eventos (APECATE, s/d), a oferta da animação turística pode ser agrupada em três grandes categorias: (i) atividades de turismo de ar livre, também designadas por turismo de natureza e aventura; (ii) atividades de turismo cultural, que promovem a descoberta do património edificado e etnográfico; e (iii) atividades realizadas em espaços temáticos ou instalações específicas, como campos de *paintball* ou percursos de arborismo. A APECATE destaca, ainda, o potencial da animação turística como motor de desenvolvimento regional e instrumento de internacionalização da oferta turística nacional, e como forma de valorizar a sua dimensão simbiótica com o território, bem como o seu carácter não deslocalizável.

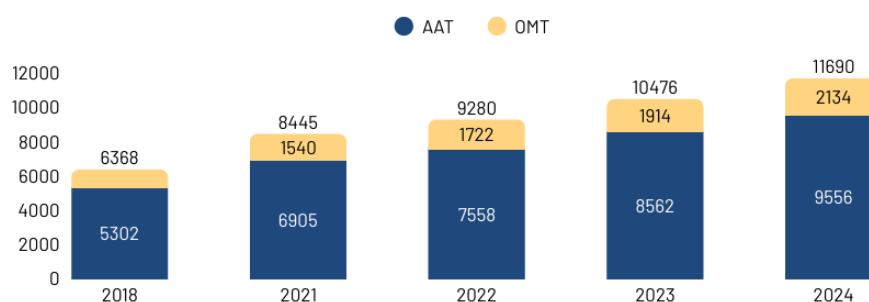
Do ponto de vista da evolução empresarial, o subsetor da animação turística, em Portugal, caracteriza-se por uma estrutura dominada por pequenas e microempresas, muitas com organização familiar e reduzida capacidade operacional. Conforme salientam Costa e Costa (2010), estas entidades enfrentam múltiplos desafios internos e externos. Em relação aos primeiros, mencione-se a dificuldade em inovar, a escassez de recursos para crescer e a limitação no acesso a apoios financeiros. Quanto aos externos, são de destacar o reduzido apoio institucional, a complexidade regulatória e a carência de trabalhadores qualificados. São debilidades estruturais que comprometem a sustentabilidade e o desenvolvimento contínuo do setor, apesar do seu reconhecido potencial.

Não obstante estas dificuldades, tem-se vindo a assistir à evolução do setor da animação turística. Com efeito, a forte dinâmica que se tem impregnado no setor, repercute-se numa importância crescente do setor no contexto nacional, como se pode confirmar na plataforma Travel BI (s/d). De acordo com os dados dessa mesma plataforma, representados na Figura 1, em 2024, estavam registados 11.690 agentes

de animação turística ativos, o que corresponde a um crescimento expressivo de 83,6% face a 2018, ano em que o número de registos era de 6.368. Comparando com 2021, quando se contabilizavam 8.445 agentes, o aumento foi de 38,4%. É possível afirmar que este crescimento se deve à consolidação da atividade, ao surgimento de novos perfis de operadores e à valorização, cada vez mais evidente, das experiências turísticas diferenciadoras e imersivas em todo o território nacional (Travel BI, 2025a).

Figura 1

Número de registos de Agentes de Animação Turística por ano



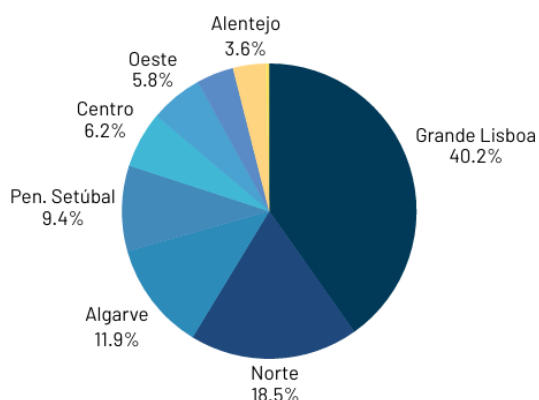
Fonte: Travel BI (dados consultados a 8 de agosto de 2025)

Legenda: AAT – Agentes de Animação Turística; IMT – Operadores Marítimo Turísticos

No que respeita à distribuição regional dos agentes de animação turística em 2024, o principal polo da oferta encontra-se na Grande Lisboa, com 4.699 empresas registadas, o que corresponde a 40,2% do total nacional (ver Figura 2). Segue-se a região Norte, com 2.162 empresas (18,5%); e o Algarve, com 1.393 empresas registadas (11,9%). Se, por um lado, a concentração de agentes de animação turística reflete o peso das áreas metropolitanas e das regiões turísticas mais consolidadas, por outro e, simultaneamente, revela oportunidades de crescimento para outros destinos emergentes que têm vindo a investir em propostas inovadoras de animação turística.

Figura 2

Distribuição regional dos agentes de animação turística em Portugal (2024)

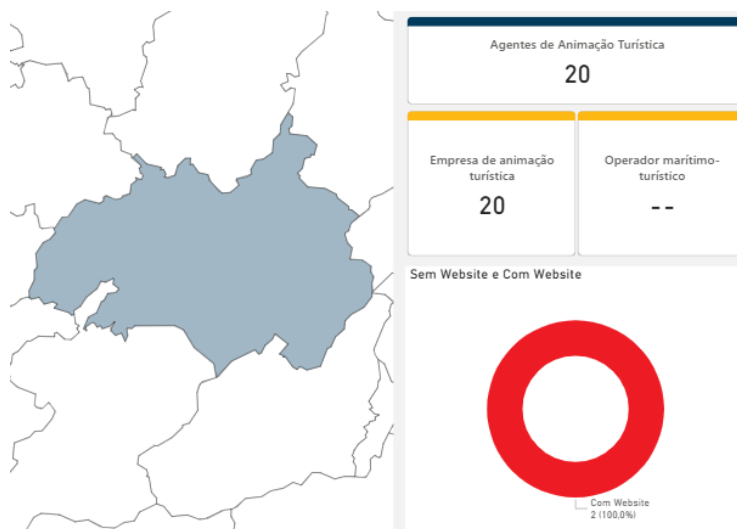


Fonte: Travel BI (dados consultados a 8 de agosto de 2025)

No caso específico do município de Amarante, localizado na região Norte, observa-se uma tendência semelhante à da nacional, conforme revelam os dados da plataforma Travel BI. À data da pesquisa (Figura 3), existiam 20 entidades, as quais oferecem uma variedade de atividades, desde o turismo de natureza e aventura até às experiências de carácter cultural e patrimonial.

Figura 3

Número e tipologia das empresas de animação turística em Amarante



Fonte: Plataforma Travel BI (dados consultados a 8 de agosto de 2025)

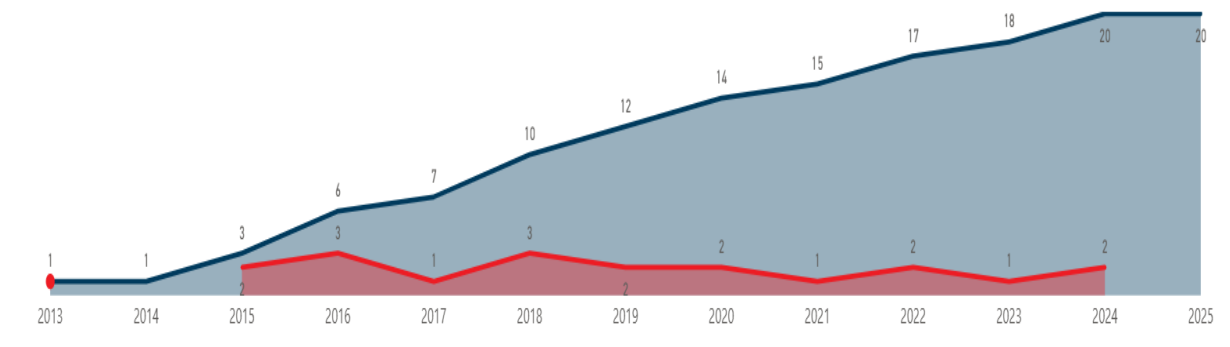
A análise da Figura 4 demonstra um crescimento contínuo e consistente deste tipo de empresas desde 2013, sendo de salientar o aumento registado entre 2020 e 2024. Um aumento que reafirma a importância da animação turística como vetor estratégico para o desenvolvimento local, e por meio do qual se procura dinamizar a economia nacional, assim como valorizar o património e a diversificação da oferta turística regional.

Figura 4

Evolução das empresas de animação turística em Amarante (2013-2025)

Registos acumulados e registos realizados por ano

● Registos acumulados ● Registos realizados



Fonte: Travel BI (dados consultados a 8 de agosto de 2025)

Pela análise dos dados, pode, portanto, afirmar-se que o subsector da animação turística é cada vez mais relevante em Portugal, em geral, e no município de Amarante, em particular. De facto, o aumento do número de empresas registadas, em paralelo com a diversificação das tipologias de serviços, confirma a consolidação da atividade e a sua capacidade de adaptação às novas tendências de procura. Por conseguinte, é natural que a animação turística se configure, de forma crescente, como um eixo estratégico da oferta turística, uma vez que colabora cada vez mais para o aumento da competitividade dos destinos e para a criação de valor económico e social, tanto ao nível local, como nacional.

1.3. O destino turístico Amarante: principais recursos, produtos e dinâmicas de procura

Amarante é uma cidade localizada no distrito do Porto, integrada na região Norte de Portugal, mais concretamente na sub-região do Tâmega e Sousa. Com uma área de 301,33 km² e uma população de 56.264 habitantes, distribuídos por 26 freguesias, o município apresenta uma localização geoestratégica relevante. A cidade está confinada a norte com Celorico de Basto, a nordeste com Mondim de Basto, a leste com Vila Real e Santa Marta de Penaguião, a sul com Baião, Marco de Canaveses e Penafiel, a oeste com Lousada e a noroeste com Felgueiras (Associação de Municípios Douro e Tâmega, s/d). Esta posição privilegiada, aliada à diversidade de recursos naturais e culturais, sustenta a afirmação de Amarante como um destino turístico emergente e atrativo no contexto do norte de Portugal.

O património histórico e cultural constitui o eixo estruturante da oferta turística local. Monumentos emblemáticos como a Igreja e a Ponte de São Gonçalo, ou o Mosteiro de Travanca, são exemplos do elevado valor patrimonial existente. Adicionalmente, são várias as figuras incontornáveis da história cultural portuguesa com berço amarantino, designadamente Amadeo de Souza-Cardoso, Teixeira de Pascoaes e Agustina Bessa-Luís. Uma herança cultural que concorre e reforça a projeção da identidade local ao nível nacional e internacional. O artesanato assume, igualmente, um papel preponderante, com especial relevância para o Barro Negro de Gondar e a Viola Amarantina, elementos que conferem autenticidade e continuidade simbólica à experiência turística (IPDT, 2018).

Além do património edificado e imaterial, Amarante beneficia de uma envolvente natural rica e marcada pela diversidade que o rio Tâmega e as serras da Aboboreira e do Marão lhe conferem. De facto, a sua paisagem natural é propícia à prática de atividades ao ar livre, e bem aproveitada pelo turismo de natureza e desportivo, de que o golfe e o parque aquático são exemplos. A combinação entre os recursos culturais e naturais tem permitido a construção de uma oferta integrada, direcionada para a procura de experiências diferenciadoras, sustentáveis e ativas.

Paralelamente, o enoturismo e o turismo gastronómico têm vindo a ganhar crescente expressão na estratégia de valorização do destino. A notoriedade do vinho verde da região é reforçada por eventos como o UVVA – Universo do Vinho Verde Amarante, que promove experiências enoturísticas através de provas, *showcookings* e atividades imersivas. A Feira dos Doces Conventuais, por sua vez, tem como objetivo preservar uma tradição doceira secular, herdada pelas religiosas do antigo Convento de Santa Clara, reunindo anualmente produtores de todo o país (Amarante Tourism, s/d).

Neste contexto de variedade e oferta turística, é natural que o perfil do turista que visita Amarante reflita esta mesma diversidade. Segundo dados dos Serviços de Informação Turística da Câmara Municipal,¹ a maioria dos visitantes situa-se na faixa etária entre os 31 e os 50 anos, sendo predominantemente de nacionalidade portuguesa. No entanto, regista-se uma presença significativa de turistas internacionais, oriundos maioritariamente de Espanha, Alemanha, França, Países Baixos e Estados Unidos. A estada média é de 2,6 noites, motivada, sobretudo, pelo turismo cultural e de natureza, o qual é complementado pela procura gastronómica e enoturística.

Ainda segundo informação obtida junto dos Serviços de Informação Turística, nos últimos anos, tem-se verificado um aumento da procura no segmento do turismo de saúde e bem-estar, impulsionado pela presença das Termas de Amarante e de unidades hoteleiras com serviços de spa e experiências relaxantes. O aumento na participação em eventos desportivos e nas festividades locais contribui, ainda, para a atratividade e dinamismo do destino, o que reforça ainda mais a polivalência da oferta turística da cidade.

¹ Recolhidos, diretamente, em contexto de entrevista, realizada em julho de 2025.

II. ESTÁGIO CURRICULAR

Este capítulo, dedicado ao estágio curricular realizado, começa pela apresentação da entidade de acolhimento, incluindo a sua missão, visão e valores, seguida da descrição da estrutura organizacional, bem como dos principais produtos e serviços desenvolvidos pela empresa. De seguida, analisa-se o perfil dos clientes, indicam-se os prémios, certificações e parcerias institucionais relevantes. Tendo como base esta caracterização, foi possível proceder à análise SWOT, a partir da qual se identificaram os principais pontos fortes e fragilidades da empresa, bem como as oportunidades e ameaças do contexto envolvente. O capítulo termina com uma análise crítica do estágio curricular, na qual se apresentam os objetivos definidos, as áreas e departamentos envolvidos, as atividades desenvolvidas, o grau de cumprimento do plano de estágio e uma reflexão sobre o desempenho pessoal da estagiária e as competências adquiridas ao longo do percurso.

2.1. Apresentação da entidade de acolhimento

O Stay To Talk – Instituto de Imersão Cultural é uma empresa de impacto social sediada em Vila Meã, no concelho de Amarante. Opera no setor da animação turística na região do Tâmega e Sousa e centra a sua atividade na valorização do património cultural e natural, promovendo experiências de imersão cultural de base comunitária. A empresa foi fundada em 2018 na qualidade de Sociedade Unipessoal por Quotas e está registada no Registo Nacional de Agentes de Animação Turística (RNAAT n.º 1786/2018)² do Turismo de Portugal.

A missão da empresa assenta na valorização do património cultural português, através da investigação social aplicada, do desenvolvimento de atividades turísticas

² Opera com os seguintes Códigos de Atividade Económica (CAE): CAE principal: 93293-R3 - Organização de atividades de animação turística; CAE secundário 1: 85600-R3 - Atividades de serviços de apoio à educação; CAE secundário 2: 72200-R3 - Investigação e desenvolvimento das ciências sociais e humanas; CAE secundário 3: 74300-R3 - Atividades de tradução e interpretação.

sustentáveis e da promoção da educação patrimonial, pressupondo uma participação ativa das comunidades locais (ver secção 2.1.1). Como tal, a sua atividade estrutura-se em torno de três áreas principais: Investigação, Turismo e Educação para o Património, que funcionam de forma integrada na criação de projetos com impacto social, cultural e educativo (ver secção 2.1.3). Além destas áreas estruturantes, o Stay To Talk desenvolve o seu trabalho em estreita articulação com as comunidades locais, valorizando o património através de práticas colaborativas e de metodologias participativas. Esta abordagem permite integrar saberes locais, reforçar a ligação entre território e população e criar experiências culturais que favorecem a preservação e a transmissão intergeracional da identidade cultural.

A empresa tem vindo a consolidar-se como um agente inovador na região, articulando o seu trabalho com diversas entidades culturais, educativas e turísticas. De tal modo que o reconhecimento do trabalho desenvolvido pelo Stay To Talk ultrapassa o contexto nacional. De facto, esta empresa tem sido distinguida por diversas entidades nacionais e internacionais, de entre as quais se destacam o próprio Município de Amarante e a União Europeia. São distinções que refletem o carácter inovador da empresa e reforçam a sua importância na promoção de um turismo cultural sustentável na região (ver secção 2.1.5).

Figura 5

Logótipo Stay to Talk



2.1.1. Missão, visão e valores

Para melhor se compreender a orientação estratégica e a identidade institucional do Stay To Talk, apresentam-se, de seguida, a missão, visão e valores fornecidos diretamente pela organização.³

Missão – Através da investigação social, da realização de atividades de turismo e de educação para o património, o Stay To Talk pretende contribuir para a construção de uma sociedade mais consciente da sua identidade, sustentável, autónoma e solidária, predisposta a acolher a pluralidade de culturas.

Visão – Ser uma empresa reconhecida como líder na promoção de Experiências de Imersão Cultural, contribuindo para a construção de uma sociedade global mais consciente da existência do outro, da sua cultura e das suas particularidades.

Valores – A atuação da empresa é orientada por um conjunto de valores que refletem o seu compromisso social e cultural:

- Confiança e respeito pela individualidade de cada colaborador parceiro ou cliente e respetiva cultura.
- Qualidade e rigor do serviço prestado.
- Responsabilidade e competência em todos os momentos do seu desempenho profissional.
- Inovação com o motor de desenvolvimento a crescimento da sua atividade.

2.1.2 Estrutura organizacional

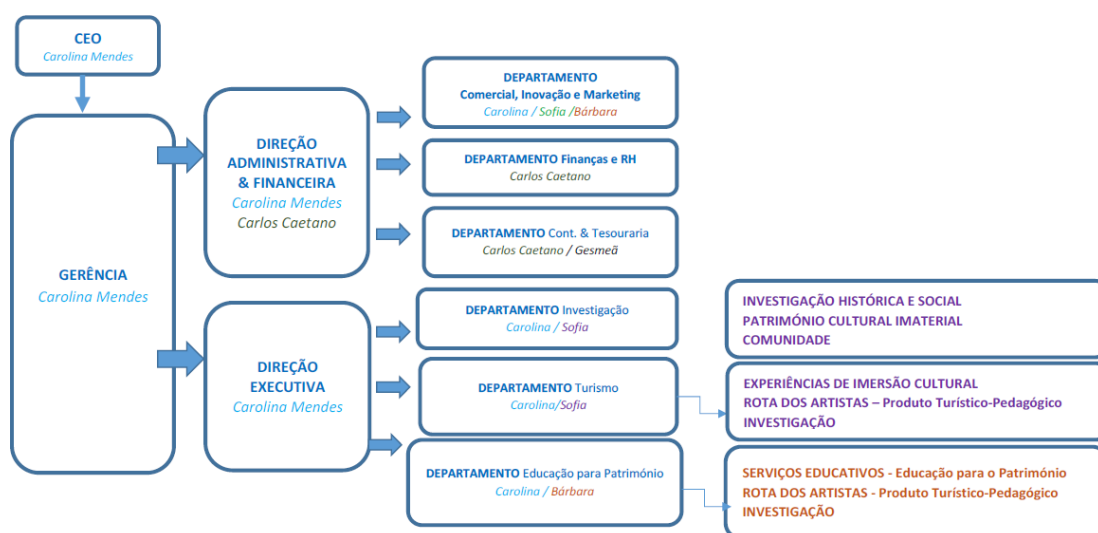
A estrutura organizacional do Stay To Talk é composta por uma equipa reduzida, mas multidisciplinar, que atua de forma colaborativa nas diferentes áreas de intervenção da empresa. A direção executiva é assumida por Carolina Mendes, CEO, responsável pela coordenação geral, gestão estratégica e supervisão dos projetos desenvolvidos. A equipa integra ainda Sofia Mesquita, membro do departamento de Turismo, que atua no

³ Dados fornecidos pela empresa.

desenvolvimento e dinamização de experiências culturais e turísticas, Bárbara Sousa, que integra o departamento de Educação para o Património, assegurando a conceção e implementação das Oficinas de Imersão Cultural e demais iniciativas educativas, e Carlos Caetano na direção administrativa e financeira. Esta estrutura, representada no organograma disponibilizado pela empresa, evidencia um modelo organizacional flexível, centrado na cooperação entre departamentos.

Figura 6

Organograma Stay To Talk – Instituto de Imersão Cultural



2.1.3 Produtos e serviços

Como anteriormente referido, o Stay To Talk desenvolve a sua atividade a partir de três áreas de intervenção, nomeadamente: Investigação, Turismo e Educação para o Património. A sua fusão está na génese da sua diferenciação, pois é a partir da sua interligação que a empresa consegue criar produtos e serviços integrados, por via dos quais fomenta a valorização cultural e a imersão comunitária, e estimula o desenvolvimento social.

A área da **Investigação** centra-se na recolha, sistematização e interpretação de evidências culturais, históricas e sociais das comunidades locais. Este trabalho possibilita:

- o desenvolvimento de narrativas culturais originais (como histórias de casas, biografias comunitárias ou memórias locais);
- a estruturação de produtos turísticos baseados em identidade e autenticidade;
- o apoio a projetos de consultoria cultural orientados para o desenvolvimento territorial e para a preservação do património.

A investigação realizada tem um forte propósito social, na medida em que envolve a comunidade no processo de produção de conhecimento, e, por consequência, contribui para contrariar o esquecimento do património local; além de promover a coesão social através da participação ativa dos residentes.

Figura 7

Participação em Atividade de Investigação (BTL – Bolsa de Turismo de Lisboa 2025)



No domínio do **Turismo**, o Stay To Talk desenvolve um conjunto de experiências de imersão cultural que valorizam o contacto direto com o território, a cultura e as comunidades. A oferta inclui:

- Roteiros turísticos culturais, literários e naturais;
- Experiências personalizadas e de pequena escala, ajustadas aos interesses dos participantes;
- Atividades de turismo criativo e comunitário que estimulam a participação, a aprendizagem e a interação entre visitantes e residentes.

De forma pioneira em Portugal, o Stay To Talk está também a implementar o Turismo Idiomático e Cultural de Base Comunitária; um modelo inovador que combina aprendizagem linguística com práticas culturais locais, com base numa rede de agentes culturais comunitários.

Pelo exposto, não há dúvida de que a empresa se posiciona como uma entidade de impacto social, que além de estar em consonância com os princípios do turismo sustentável, é mais uma forma de afirmar Portugal como destino responsável, inclusivo e atento à preservação cultural. Na verdade, no Stay To Talk acredita-se que a sua ação pode favorecer a criação de emprego e de oportunidades justas para a população local, bem como a valorização dos costumes, da cultura e a conservação da natureza.

Figura 9
Roteiro Cultural



Figura 8
Experiência personalizada roteiro pela cidade de Amarante



Figura 10
Atividade de turismo criativo e comunitário que estimula a aprendizagem e a interação com a comunidade local (Soenga)



A área de **Educação para o Património** utiliza metodologias artísticas e participativas para aproximar os diferentes públicos, sobretudo crianças e jovens, da cultura e da história locais. Esta área desenvolve:

- Oficinas de Imersão Cultural, que combinam arte, criatividade e conhecimento patrimonial;
- Atividades pedagógicas orientadas para a aprendizagem experiencial e lúdica.

Estas ações são concebidas não para formar artistas, mas para reforçar a sensibilidade cultural, a curiosidade e o envolvimento ativo das gerações mais novas, promovendo uma relação contínua e afetiva com o património local.

Figura 11

Atividade educação para o património (OIC Verão 2024)



2.1.4 Segmentos de mercado e perfil dos clientes

Ao apostar fortemente na área da educação com o objetivo de captar crianças e jovens, a empresa tem em vista, como exposto, estimular a aproximação intergeracional e intercultural. Assim sendo, é natural que o público seja vasto, porém, os serviços do Stay To Talk atraem, maioritariamente, um público adulto, entre os 25 e os 70 anos, com níveis médios ou elevados de literacia e motivado pela procura de experiências culturais significativas. Este segmento tende a valorizar a aprendizagem, a autenticidade e o contacto direto com as comunidades locais, características

frequentemente associadas ao turista cultural contemporâneo (Richards, 2018). De acordo com o mesmo autor, este tipo de visitantes procura aprofundar conhecimentos sobre literatura, património e história do destino, e, como tal, tende a interessar-se por atividades interpretativas e narrativas que ofereçam contexto e significado ao território visitado.

Paralelamente, e como mencionado, a empresa direciona parte da sua oferta para famílias com crianças, um segmento em crescimento no turismo cultural e no turismo criativo. É um público que procura atividades que combinam educação e entretenimento (o chamado *edutainment*) e proporcionam experiências interativas que promovem a aprendizagem através da participação e do jogo (Pine & Gilmore, 1998; Wyatt & Rossetti, 2024). As Oficinas de Imersão Cultural, por exemplo, respondem a esta tendência ao envolver crianças na descoberta do património através de práticas artísticas e expressivas.

O Stay To Talk alcança, também, um segmento composto por crianças e jovens, individualmente ou inseridos em grupos escolares, que procuram conhecer o património local de forma acessível, lúdica e pedagógica. Uma procura que vem ao encontro do trabalho que tem sido desenvolvido pela empresa e que está fortemente alinhado com as abordagens atuais da educação patrimonial, que privilegiam metodologias participativas e experiências que desenvolvem sensibilidade cultural desde cedo (UNESCO, 2021; Council of Europe, 2017).

Os principais canais de distribuição e comunicação utilizados pelo Stay To Talk são as redes sociais – nomeadamente, o Facebook⁴ e o Instagram⁵ –, o *website* institucional (<https://www.staytotalk.pt/>) e a newsletter. Estes meios assumem um papel central na divulgação das atividades, na interação com o público e na promoção das experiências culturais da empresa. A aposta neste tipo de meios decorre do facto de o turista atual recorrer muito mais a fontes digitais para procurar informação, comparar alternativas e tomar decisões. Ademais, nota-se uma crescente predisposição para ser

⁴ https://www.facebook.com/staytotalk.pt/?locale=pt_PT

⁵ <https://www.instagram.com/staytotalk.pt/>

influenciado por conteúdos como fotografias, relatos de experiências, avaliações e recomendações de outros utilizadores (Oliveira et al., 2017).

2.1.5 Prémios e certificações

No âmbito do reconhecimento do trabalho que desenvolve na promoção da cultura e na dinamização de atividades de imersão patrimonial, o Stay To Talk recebeu, em 2024, duas distinções de particular relevância. Em março, a empresa foi distinguida pela União Europeia, com a atribuição de uma bolsa destinada ao desenvolvimento das Oficinas de Imersão Cultural integradas nos European Artistic Crafts Days (Figura 12). Esta distinção reconheceu a qualidade do trabalho realizado no domínio da educação para o património e a sua capacidade de envolver a comunidade local em processos de criação artística e cultural.

Figura 12

Cartaz das oficinas de imersão cultural 2024



Fonte: Redes sociais do Stay To Talk

Posteriormente, em outubro do mesmo ano, o instituto foi novamente reconhecido durante a I Gala Amarante + Social, promovida pelo Município de Amarante. Nesta cerimónia, recebeu o prémio na categoria “Desenvolvimento Social, Cultural e Económico”, que distingue pessoas e instituições que contribuem com excelência para o bem-estar e o desenvolvimento sustentável da comunidade local, em diversas áreas e junto de diferentes públicos (Figura 13).

Figura 13

I Gala Amarante+ Social



Fonte: Redes sociais do Stay to Talk

2.1.6 Parcerias institucionais do Stay To Talk

O Stay To Talk mantém uma rede diversificada de parcerias que constitui um dos pilares fundamentais da sua atuação enquanto empresa de base comunitária e promotora de experiências de imersão cultural. As parcerias abrangem entidades públicas e privadas e incluem instituições culturais, unidades de alojamento, empresas de animação turística, organizações da sociedade civil, agentes educativos, associações comunitárias e instituições de ensino superior.

Através destas colaborações, a empresa consegue expandir a sua capacidade de intervenção, diversificar a oferta de produtos e serviços, reforçar a ligação às comunidades locais e assegurar a qualidade e autenticidade das experiências que providencia. Segundo Long (1997, cit. p/ Estevão & Franco, 2010), as parcerias no setor do turismo assentam na cooperação entre *stakeholders* com interesses comuns, potenciando a criação de valor partilhado. Esta perspetiva é igualmente defendida por Costa e Costa (2010), que destacam a importância das redes colaborativas para aumentar a competitividade, fomentar a inovação e dar robustez à sustentabilidade dos projetos turísticos.

No caso do Stay To Talk, as parcerias assumem tipologias distintas, desde colaborações operacionais (apoio logístico, acolhimento de atividades ou eventos), até

parcerias estratégicas (coprodução de conteúdos culturais, investigação aplicada, dinamização de experiências educativas). Esta rede constitui um elemento estruturante para o crescimento sustentável da empresa, aumenta a visibilidade da marca e garante a articulação entre agentes culturais, turísticos e comunitários na região.

A listagem completa das entidades parceiras encontra-se apresentada no Anexo 2, no qual se descrevem as organizações envolvidas e a natureza da colaboração estabelecida com cada uma.

2.2. Análise SWOT

A análise SWOT permite compreender o posicionamento estratégico do Stay To Talk, identificando os fatores internos que contribuem para o seu desempenho e as condições externas que influenciam a sua atuação (Tabela 1).

Tabela 1*Análise SWOT do Stay to Talk*

Forças	Fraquezas
<ul style="list-style-type: none"> – Inovação na região, destacando-se das restantes empresas de animação turística. – Compromisso com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável. – Forte ligação às comunidades locais e promoção de experiências de imersão cultural de base comunitária. – Oferta de turismo criativo e comunitário, com produtos personalizados. – Equipa multidisciplinar, adaptável e com formação diversificada. – Rede consolidada de parcerias estratégicas e colaboração ativa com agentes culturais. – Desenvolvimento de projetos centrados na valorização do património. – Reconhecimento pela FCT como entidade que realiza investigação em contexto não académico. 	<ul style="list-style-type: none"> – Baixa notoriedade pública da marca, dificultando a expansão para novos públicos. – Ausência de um plano de marketing estruturado. – Dependência de projetos com ciclos curtos e necessidade de financiamento contínuo. – Inexistência de espaço físico aberto ao público. – Recursos humanos limitados, o que condiciona o aumento da oferta e a diversificação de atividades.
Oportunidades	Ameaças
<ul style="list-style-type: none"> – Crescimento contínuo do turismo português. – Reconhecimento internacional de Amarante como destino sustentável. – Tendência global para experiências personalizadas e autênticas, alinhadas com o turismo idiomático e comunitário. – Incentivo a projetos intermunicipais na região do Douro, Tâmega e Sousa. – Valorização crescente da educação ambiental e cultural. – Crescente procura por atividades culturais, criativas e de turismo de base comunitária. 	<ul style="list-style-type: none"> – Sobrecarga turística em determinados destinos e pressão sobre recursos regionais. – Problemas de infraestrutura aeroportuária, com impacto na chegada de turistas internacionais. – Concorrência crescente entre empresas de animação turística e entidades culturais locais. – Forte sazonalidade da procura turística no município de Amarante. – Possível redução do interesse por experiências de curta duração por parte de turistas afetados por atrasos ou constrangimentos logísticos.

Fonte: Elaboração própria

Dos **pontos fortes**, importa salientar o carácter inovador da empresa na região, assente na promoção de experiências de turismo criativo, comunitário e de base patrimonial, com forte ligação às comunidades locais e ao território. A oferta de produtos personalizados e a existência de uma equipa multifacetada, capaz de se adaptar a diferentes contextos e necessidades, intensificam o posicionamento que se pretende (secção 2.1.3). A rede de parcerias estratégicas e a participação ativa em projetos de

valorização patrimonial constituem igualmente vantagens relevantes para a organização (secção 2.1.6). O compromisso declarado do Stay to Talk com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável – nomeadamente os ODS 8 (Trabalho Digno e Crescimento Económico), 11 (Cidades e Comunidades Sustentáveis), 12 (Produção e Consumo Sustentáveis) e 13 (Ação Climática) – reflete uma orientação clara para práticas de turismo responsável. Acresce o reconhecimento da empresa pela Fundação para a Ciência e a Tecnologia como entidade que desenvolve investigação em contexto não académico.

No que aos **pontos fracos** concerne, refira-se a reduzida notoriedade pública da marca, bem como a ausência de um plano de marketing estruturado, apesar dos já sete anos de atividade. A empresa enfrenta ainda constrangimentos decorrentes da inexistência de um espaço próprio aberto ao público, o que limita a sua programação cultural regular, e mantém uma dependência significativa de projetos de curta duração e necessidades de financiamento contínuo. A limitação dos recursos humanos (secção 2.1.2) também é um obstáculo à expansão da oferta.

No que se refere às **oportunidades**, o contexto externo revela um cenário favorável que pode potenciar o crescimento e posicionamento do Stay To Talk. Em primeiro lugar, o crescimento contínuo do turismo português, que em 2025 voltou a registar níveis recorde de hóspedes, dormidas e receitas (Turismo de Portugal, 2025; Travel BI, s/d), constitui uma base sólida para a expansão de empresas que oferecem produtos diferenciados e de valor acrescentado. Este aumento da procura contribui para ampliar o universo de potenciais clientes interessados em experiências culturais personalizadas, de pequena escala e com forte ligação ao território, que corresponde exatamente ao perfil de oferta desenvolvido pelo Stay To Talk.

Sob o ponto de vista territorial, o município de Amarante afirma-se cada vez mais como destino sustentável, e o facto de ter integrado a rede Green Destinations e recebido o galardão Silver Award em 2023 (Green Destinations, 2023; Câmara Municipal de Amarante, 2023) isso o atesta. Com efeito, por meio deste reconhecimento internacional aumentou-se imensamente a visibilidade do destino e a perceção de

autenticidade, qualidade ambiental e responsabilidade social, elementos valorizados pelos viajantes que procuram experiências imersivas e culturalmente significativas.

Importa também referir o incentivo crescente a projetos intermunicipais e a eventos regionais intermunicipais ligados ao turismo de natureza, património cultural, enoturismo e redes de mobilidade suave, promovidos pela região do Douro e Tâmega. Exemplo disso é o projeto “Guide By Nature.PT”, que agrega 92 percursos de turismo de natureza ou a conferência internacional “Enoturismo com Verde Sentido: Património, Comunicação e Inovação”, realizada com o apoio da rede internacional Great Wine Capitals (Teixeira, 2024; Associação de Municípios do Douro e Tâmega, 2024). Estas iniciativas abrem portas a sinergias estratégicas, promovem a articulação entre municípios e agentes culturais e podem resultar em oportunidades de cofinanciamento, participação em eventos regionais e desenvolvimento de produtos conjuntos para o Stay to Talk. Adicionalmente, durante as comemorações anuais do Dia Mundial do Turismo, a Câmara Municipal de Amarante organiza eventos temáticos com diversas atividades, algo que abre espaço à colaboração entre diferentes agentes de animação turística.⁶

No plano global, identificam-se mudanças significativas nos comportamentos de consumo turístico, que beneficiam diretamente o modelo de atuação da empresa. A tendência crescente para viagens personalizadas, experiências autênticas e contacto direto com as comunidades locais tem sido realçada por estudos de mercado internacionais (Gilbert-Jones, 2024; Seeley et al., 2024; Castro, 2025). Os turistas procuram cada vez mais vivências únicas, profundas e culturalmente enriquecedoras. É, pois, uma tendência que valoriza as narrativas locais, da história oral, das tradições e das práticas culturais quotidianas. Sem dúvida uma oportunidade para a atuação do Stay To Talk, cujo modelo se baseia, precisamente, na cocriação de experiências.

Adicionalmente, os relatórios europeus sobre tendências do setor descrevem a crescente valorização da educação ambiental e cultural como componente das viagens contemporâneas (IPDT, 2024; Tawii, 2024). Por conseguinte, o aumento da procura por

⁶ Exemplo de divulgação dessas atividades: <https://www.facebook.com/douroetamega/photos/munic%C3%ADpio-de-amarante-dia-mundial-do-turismo-em-amarante-no-pr%C3%B3ximo-27-de-setemb/1246359394193894/>

experiências pedagógicas, interpretativas e sensíveis ao património cria oportunidades para o Stay to Talk expandir a oferta educativa da empresa, incluindo as Oficinas de Imersão Cultural, visitas interpretativas, projetos escolares e programas temáticos dirigidos a famílias e grupos organizados. A crescente importância atribuída a viagens mais lentas (*slow tourism*), menos massificadas e mais conscientes beneficia empresas, como o Stay to Talk, que operam com grupos reduzidos, metodologias participativas e contacto direto com comunidades locais.

Quanto às **ameaças**, o Stay To Talk enfrenta um conjunto de fatores externos que podem condicionar a estabilidade e o crescimento da sua atividade. Um dos desafios mais relevantes é o risco de sobrecarga turística, que tem vindo a afetar diversos destinos turísticos internacionais, gerando pressões sobre recursos locais, perda de autenticidade e saturação dos espaços culturais (Leahy, 2023; Kassam, 2025). Embora Amarante ainda não apresente níveis críticos de massificação, o aumento das dormidas e da procura turística observado nos últimos anos evidencia a necessidade de monitorização, sobretudo em períodos de maior fluxo. Tal cenário poderia afastar precisamente o perfil de turista consciente e culturalmente interessado que o Stay to Talk procura atrair, e que contraria os objetivos de um turismo responsável e sustentável que a marca defende. Outra ameaça, embora com um potencial impacto menor, está associada às dificuldades operacionais dos aeroportos portugueses (CNN Portugal, 2025). Para empresas como o Stay to Talk, esta conjuntura pode comprometer, quer a atração quer a fidelização de públicos internacionais, uma vez que atrasos ou inconvenientes significativos na chegada a Portugal podem reduzir o interesse em programas de curta duração, como os que são promovidos pela empresa.

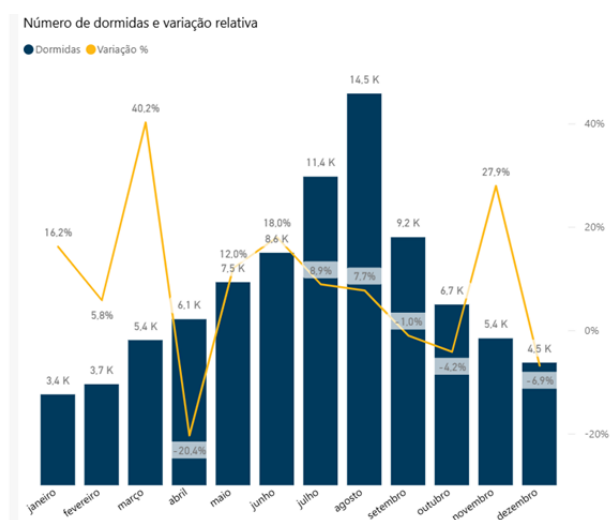
A concorrência crescente no setor da animação turística, tanto a nível nacional como local, representa igualmente uma ameaça. De acordo com dados do Travel BI (secção 1.2), o número de empresas de animação turística no concelho de Amarante e nas regiões próximas tem vindo a aumentar (Travel BI, 2025b), incluindo empresas que competem diretamente com o Stay to Talk. Após a análise da concorrência, quando nos centramos nas entidades atualmente em atividade, foi possível concluir que são várias

as empresas que concorrem pelo mesmo público-alvo do Stay to Talk, designadamente a Sekoia (artes performativas), a Jango (animação turística), a Vila Bolota (atividades para crianças/ATL) e a Bairro dos Livros (eventos culturais). Além destas empresas, é de assinalar a Câmara Municipal de Amarante e a empresa Inside Experiences (animação turística), as quais competem com o Stay to Talk não só pelos mesmos segmentos de clientes, como também ao nível das temáticas dos programas que oferecem. Perante este cenário, torna-se essencial que o Stay to Talk se diferencie e inove continuamente nos serviços e produtos que oferece, de forma a manter a sua competitividade no mercado.

Por fim, a sazonalidade turística constitui um risco estrutural, sobretudo para empresas cuja oferta depende da presença de visitantes. Com efeito, os dados de 2024 evidenciam uma concentração nos meses de verão, nomeadamente julho e agosto, com uma taxa de sazonalidade de 40,6% (Travel BI, 2025b) (Figura 14). Esta variação acentuada afeta a regularidade da atividade económica, a programação das experiências culturais e a previsibilidade de receitas, o que exige estratégias para mitigar os períodos de menor procura.

Figura 14

Dormidas nos estabelecimentos de alojamento turístico em Amarante



Fonte: Travel BI (dados consultados a 23 de outubro de 2025)

2.3. Análise crítica do estágio curricular

A presente secção apresenta uma análise crítica do estágio curricular, procurando compreender de que forma esta experiência de formação em contexto real de trabalho contribuiu para o meu desenvolvimento académico e profissional. A reflexão baseia-se na articulação entre os objetivos definidos no Plano de Estágio e as atividades efetivamente desenvolvidas nas diferentes áreas de intervenção da entidade de acolhimento, bem como no grau de concretização do plano inicialmente proposto.

A partir desta análise foi possível avaliar o percurso realizado, os desafios enfrentados, as aprendizagens adquiridas e as adaptações ocorridas ao longo do estágio, e daí, retirar elementos para reconhecer e avaliar o seu impacto no meu crescimento pessoal e profissional.

A escolha do Stay To Talk, como entidade de acolhimento do estágio, teve em consideração o enfoque da empresa no turismo cultural, criativo e de base comunitária, áreas que se encontram em consonância com os temas de investigação, os conteúdos programáticos e competências previstas no plano curricular do Mestrado em Turismo e Hospitalidade, e com os meus interesses profissionais. Adicionalmente, tinha noção de que o facto de residir em Amarante e conhecer bem o contexto turístico em que as atividades do estágio se iriam desenvolver facilitaria o processo de formação. O primeiro contacto com a entidade ocorreu quando ainda frequentava o curso de turismo no Colégio de São Gonçalo em Amarante, tendo a originalidade das práticas desenvolvidas pelo Stay To Talk despertado o meu interesse, sobretudo pela diferenciação relativamente a outras organizações do setor na região.

O estágio teve, então, início a 4 de novembro de 2024 e terminou a 12 de junho de 2025, com duração de oito meses (total de 600 horas). Os objetivos definidos (ver secção 2.3.1) estão diretamente associados às áreas de intervenção da empresa (secção 2.1.3). Assim, a gestão institucional permitiu desenvolver competências organizacionais e administrativas; as parcerias potenciaram a capacidade de negociação e criação de redes; os eventos possibilitaram aplicar conhecimentos de

animação turística; e os roteiros ajudaram a melhorar competências de criação de produtos turísticos culturais.

2.3.1 Objetivos do estágio e áreas/departamentos envolvidos

Os objetivos e tarefas definidos no Plano de Estágio, propostos pela orientadora da entidade cooperante, estabeleceram um percurso formativo orientado para a minha integração nos diferentes departamentos da empresa: Gestão Institucional, Parcerias e Eventos.

Na área da **Gestão Institucional**, o estágio curricular previa o desenvolvimento de competências associadas à compreensão da dinâmica de trabalho em equipa e à participação nas rotinas administrativas da empresa, bem como o reforço das capacidades de reflexão analítica e crítica e de trabalho autónomo. Para a prossecução destes objetivos, estavam previstas as seguintes tarefas:

- elaborar o documento identificativo da empresa;
- apoiar a elaboração de relatórios e materiais de comunicação institucional;
- acompanhar e participar em reuniões de projetos.

Na área das **Parcerias**, os objetivos consistiam em pensar o turismo com base no desenvolvimento sociocultural do território, assente na colaboração com instituições parceiras, e em desenvolver competências de comunicação interpessoal e negociação. Para este efeito, o plano previa as seguintes atividades:

- visitar parceiros da empresa, com vista a estreitar laços institucionais e ao aprofundamento da colaboração;
- registar informações relevantes sobre cada parceiro visitado e organizá-las para consulta futura;
- identificar novas instituições com potencial para integrarem projetos de desenvolvimento sociocultural.

Na área dos **Eventos**, o estágio tinha como objetivos o desenvolvimento de competências de planeamento, organização e execução de eventos, bem como a promoção da troca de experiências e da construção de conhecimento relacionado com

o Turismo de Base Comunitária. Para alcançar estes objetivos, estavam previstas as seguintes tarefas:

- coordenar a logística e execução das tarefas de um evento;
- convidar parceiros e oradores;
- estruturar atividades que incentivassem o debate e a partilha de ideias no âmbito do Turismo de Base Comunitária.

2.3.2 Atividades desenvolvidas

De acordo com o plano inicialmente definido, o estágio deveria incidir sobre três áreas principais: gestão institucional, parcerias e eventos. Ao longo do percurso, juntou-se, ainda, uma quarta área, **Roteiros**, dada a crescente relevância para o desenvolvimento das atividades da entidade.

O estágio decorreu sob a supervisão direta da CEO e Diretora Executiva da Stay to Talk, a Doutora Carolina Mendes, com quem eram realizadas comunicações regulares, presencialmente e por via digital, assegurando o acompanhamento das tarefas, a clarificação de dúvidas e a definição de prioridades. Foi definida a realização de quatro horas diárias de estágio/trabalho, distribuídas por quatro dias em regime presencial e um dia em regime de teletrabalho. A minha integração na empresa ocorreu de forma gradual, tendo tido a oportunidade, desde o início, de participar nas reuniões de equipa, nas reuniões com parceiros e na organização interna das diferentes áreas.

Gestão institucional

No âmbito da gestão institucional, desenvolvi atividades que me permitiram compreender o funcionamento interno do Stay To Talk e apoiar a produção de documentos essenciais à comunicação e à memória institucional da entidade. A tarefa central desta área foi a elaboração do Relatório Anual Stay To Talk 2024-2025 (Figura 15), que implicou a recolha, sistematização e organização de informação referente às atividades, experiências e parcerias desenvolvidas pela empresa. Este processo

permitiu-me aprofundar o conhecimento sobre o trabalho da instituição, consolidando competências de análise e organização de dados.

Elaborei também a credencial identificativa da empresa (Figura 16), documento utilizado para apresentações formais, propostas e contactos institucionais. Esta tarefa exigiu alinhamento com a identidade e missão, visão e valores da entidade, assim como com o seu portefólio de atividades e parceiros, o que me ajudou a conhecer de forma mais profunda o propósito da empresa e reforçando a minha capacidade de comunicar de forma clara e profissional.

Figura 16
Capa do relatório anual Stay To Talk



Figura 15
Capa das credenciais Stay To Talk



Além disso, participei numa reunião do projeto CLAS – Conselhos Locais de Ação Social 2024. Os CLAS são estruturas concelhias de funcionamento do Programa da Rede Social e são constituídos com o objetivo de planear de forma integrada e garantir a implementação de iniciativas de desenvolvimento social local, visando uma maior eficácia e racionalização de recursos na erradicação da pobreza e da exclusão social. Por intermédio desta experiência tive a possibilidade de: (i) observar o funcionamento da Rede Social local e compreender melhor os mecanismos de cooperação interinstitucional no território; (ii) alargar a minha perceção sobre o papel das organizações culturais no desenvolvimento comunitário; (iii) conhecer algumas

empresas com projetos integrados na rede, o que poderá constituir uma mais-valia para o desenvolvimento de projetos futuros.

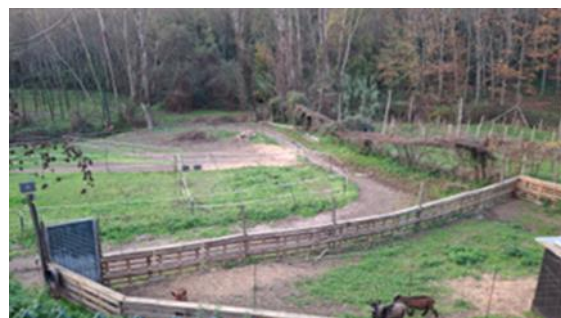
Parcerias

No que concerne às parcerias institucionais, tive a oportunidade de acompanhar diversas visitas a parceiros estratégicos, nomeadamente a Quinta Ladeira do Prado (Figura 17), a Quinta Cavalos da Sorte (Figura 18), a Quinta de Santa Eulália, a Quinta do Ribeirão e as Casas do Souto. O objetivo destas visitas enquadra-se no âmbito da prospeção e eventual estabelecimento de parcerias entre o Stay to Talk e as referidas entidades, a fim de estabelecer possíveis colaborações em eventos futuros ou outras iniciativas de interesse comum. Por conseguinte, ao estar presente nestes encontros, tive como compreender de forma mais aprofundada o processo de estabelecimento de parcerias, desde a identificação de interesses e objetivos partilhados até à negociação dos termos de colaboração. Além do contacto direto com os responsáveis de cada entidade, foi possível observar, *in loco*, a dinâmica de cooperação, a definição das responsabilidades mútuas e os benefícios recíprocos que advêm dessas relações institucionais. A vivência destas experiências foi fundamental para perceber a importância do comprometimento com os valores em comum, da comunicação eficaz e da construção de relações baseadas na confiança mútua: elementos essenciais para o sucesso de qualquer parceria.

Figura 17
Quinta Ladeira do Prado



Figura 18
Quinta Cavalos da Sorte



Eventos

No âmbito da área de eventos, participei em diferentes iniciativas promovidas ou dinamizadas pelo Stay To Talk, por meio das quais tive ocasião de contactar com vários formatos de programação cultural e turística. Mais do que isso, proporcionaram-me inúmeras oportunidades para acompanhar e participar em diferentes fases de preparação, planeamento e operacionalização. Deste maneira, consegui obter uma visão muito concreta da complexidade e da diversidade de tarefas envolvidas neste tipo de trabalho. Mais especificamente, em dezembro de 2024 participei na atividade “Amadeo: Um Contador de Histórias” (Figura 19), na qual colaborei na organização do evento e na captação de imagens para as redes sociais do instituto. O evento consistiu em atividades de exploração sensorial destinadas a bebés, associadas à temática de Amadeo de Souza-Cardoso. A atividade realizou-se no DesArts GuestHouse. Este envolvimento permitiu-me compreender melhor as exigências logísticas associadas à conceção e dinamização de atividades de mediação cultural, bem como a importância da comunicação visual para a sua divulgação.

Figura 19

Atividade Amadeo Contador de Histórias



A 15 de dezembro de 2024, participei no evento “Há Natal em Salvador do Monte” (Figura 20), que se realizou no Salão Paroquial de Salvador do Monte, e no qual colaborei na organização geral da atividade, dirigida essencialmente a crianças. Realizei uma pequena participação como “Mãe Natal” no contexto da animação desenvolvida e

efetuei a captação de vídeo e fotografia. Esta experiência facilitou a minha perceção quanto à importância da dimensão performativa e da interação com o público em eventos de carácter festivo e comunitário. No que respeita a eventos ligados à temática do Natal, colaborei ainda no planeamento de protótipo de um evento de Natal que, apesar de não se ter concretizado, me deu a oportunidade de aplicar conhecimentos relacionados com a conceção e estruturação de eventos, desde a definição de objetivos e público-alvo até ao desenho das atividades e recursos necessários.

Figura 20

Festa de Natal Salvador do Monte



No dia 13 de março de 2025 estive presente na Bolsa de Turismo de Lisboa (BTL 2025) (Figura 21), evento em que o projeto Stay To Talk foi apresentado e durante o qual se dinamizou uma atividade com os participantes, na qual colaborei ativamente. Acompanhei Sofia Mesquita e, juntas, desenvolvemos uma atividade que consistia em fazer uma breve apresentação da empresa e convidar todos os participantes a escreverem, num papel, como definiriam o Stay To Talk numa palavra. A participação na BTL permitiu-me contactar com um grande evento profissional do setor do turismo, compreender melhor a importância da representação institucional em feiras e observar, em contexto real, estratégias de promoção e *networking*.

Figura 21

Bolsa de Turismo de Lisboa 2025



Nos dias 10 e 11 de abril de 2025, colaborei na organização e na captação de conteúdos das Oficinas de Imersão Cultural (OIC) da Páscoa de 2025 (Figura 22), acompanhando as diferentes etapas de preparação e desenvolvimento das atividades. O público-alvo destas oficinas eram crianças, cuja temática era a exploração da nossa identidade, a partir da pergunta: “Sou feito de...?”; a partir de atividades que consistiam em instarem os participantes a usarem barro para fazerem um retrato deles e escreverem o seu nome. Estas oficinas realizaram-se dia 10 de abril em Vila Meã nos Paços do Concelho, e dia 11 de abril em Amarante, no Mercado Municipal, e contaram com sete participantes no primeiro dia e oito participantes no segundo. Pela participação nesta atividade aprendi a conjugar práticas educativas para o património com dinâmicas de animação turística.

Figura 22

OIC Páscoa 2025



Tive ainda a oportunidade de participar no evento “Andar no Laréu 2025” (Figura 23), que se realizou a 25 de maio de 2025, em Jazente, no qual colaborei na organização, na captação de conteúdos e na leitura de alguns poemas integrados na dinâmica do evento. Destinado a famílias e interessados em conhecer ou saber mais sobre a história de Paulino Cabral, poeta português conhecido como o Abade de Jazente, o evento consistiu numa caminhada cultural intitulada “No andar e no beber conhecerás o Abade”, durante a qual os participantes puderam conhecer um pouco da vida e obra do autor. A caminhada contou com a participação de 14 pessoas (11 adultos e três crianças), e foi acompanhada por uma pequena encenação teatral e pela leitura de poemas de autoria do próprio Abade; no final houve uma tertúlia. O envolvimento neste evento reforçou a minha compreensão sobre a importância da literatura e da criação artística na construção de experiências de turismo cultural.

Figura 23

Andar no Laréu 2025



Adicionalmente, colaborei na organização e na captação de imagem e vídeo da conferência “Ecrãs e Saúde Mental” e do Corredor de Imersão Cultural (Figura 24), ambos integrados no projeto Geração L (projeto que leva o património às escolas como elemento promotor de saúde mental), o que me permitiu observar como o Stay to Talk combina a dimensão turística com preocupações sociais e educativas, nomeadamente junto de públicos jovens. O objetivo da Conferência L (Figura 25) era discutir “como usar de forma saudável os ecrãs nas escolas e em família”, e o seu público-alvo eram famílias com crianças. Quanto ao Corredor de Imersão Cultural, foi um evento interno que consistiu na apresentação das dinâmicas trabalhadas com as crianças ao longo de

todas as sessões do projeto. Através da participação nestes eventos foi possível observar de perto o funcionamento dos processos de organização, planeamento e execução de um evento, o que me proporcionou uma compreensão prática e aprofundada das dinâmicas envolvidas.

Figura 24
Corredor de imersão cultural 2025



Figura 25
Conferência L



Roteiros

No âmbito da área de roteiros, tive a oportunidade de elaborar um itinerário com o tema “José Saramago: Viagem a Portugal”, inspirado num roteiro já existente, elaborado pela Rota do Românico.⁷ Para este roteiro, criei um percurso que incluía vários locais por onde José Saramago passou durante a sua viagem a Portugal, descrita no livro *Viagem a Portugal*. O roteiro integrava representações teatrais ao longo do percurso e diversas dinâmicas interativas, nomeadamente a criação de um “passaporte”, no qual os visitantes podiam colar autocolantes como forma de registar os locais visitados. Desenvolvi também um pequeno questionário com perguntas sobre alguns desses lugares e um jogo de palavras cruzadas com curiosidades relacionadas com a vida e obra de Saramago. A elaboração deste roteiro requereu a minha dedicação

⁷ Disponível em: <https://www.rotadoromanico.com/pt/experiencias/programas-turisticos/saramago-viagem-a-portugal-rota-do-romanico/>

durante cerca de 2 meses, sendo um roteiro desenvolvido totalmente em português e em parceria com as colegas da empresa.

Adicionalmente, colaborei no planeamento e execução de um roteiro turístico pela cidade de Amarante (Figura 26), que contou com a participação de 15 turistas. De realçar o facto de o roteiro ser marcado pelo contacto com a natureza e com o património cultural existente na cidade. Ao longo do percurso, integraram-se várias dinâmicas, como a leitura de poemas e a realização de jogos interativos, que contribuíram para tornar a experiência mais participativa e envolvente. Durante a realização do roteiro, as minhas funções foram a condução das atividades e captar imagens e vídeos.

Figura 26

Roteiro turístico em Amarante



Particpei ainda numa visita mediada ao centro histórico de Amarante (Figura 27), com a duração de duas horas e na qual participaram 19 turistas nacionais. A visita consistiu num roteiro literário dedicado à vida e obra de dois escritores amarantinos: Teixeira de Pascoaes e Agustina Bessa-Luís. O percurso incluiu a passagem por locais relevantes nas suas histórias e a leitura de textos e poemas da sua autoria, conjugando, assim, o espaço urbano com a criação literária. Durante o roteiro, participei com a leitura de alguns textos dos referidos autores e na captação de imagem e vídeo. Por meio da participação e o envolvimento nestas atividades tive oportunidade de aplicar, na prática, os conhecimentos adquiridos ao longo da minha formação académica, compreendendo de forma mais concreta o funcionamento e os elementos essenciais envolvidos na conceção e implementação de um roteiro turístico.

Figura 27

Visita mediada a Amarante



O cronograma que se segue (Figura 28) apresenta uma sistematização cronológica das atividades realizadas, recorrendo a um código de cores que permite visualizar não apenas as diferentes áreas de trabalho desenvolvidas ao longo do estágio, mas também os períodos específicos em que cada uma delas foi realizada.

Figura 28

Cronograma de estágio

Atividade	Nov	Dez	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Áreas
Relatório Anual Stay 2024									
Credenciais Stay									Gestão Institucional
Reunião CLAS 2024									Parcerias
Visita à Quinta Ladeira do Prado									Eventos
Evento de natal (protótipo)									Roteiros
Atividade "Amadeo Contador de Histórias"									
Visita à Quinta Cavalão da Sorte									
Evento "Há Natal" em Salvador do Monte									
roteiro Saramago "Viagem a Portugal"									
Visita à Quinta do Ribeirão									
Roteiro Turístico Amarante									
Visita às Casas do Souto									
BTL 2025									
OIC Páscoa 2025									
Relatório Anual Stay 2025									
Evento Andar No Laréu 2025									
Visita Mediada Amarante									
Conferência "Ecrãs e Saúde Mental"									
Corredor de Imersão Cultural- Geração L									

Fonte: Elaboração própria

2.3.3 Cumprimento do plano de estágio e desempenho pessoal

A presente secção tem como principal objetivo analisar o grau de cumprimento do plano de estágio, bem como refletir sobre o meu desempenho pessoal ao longo deste período. Neste processo de análise, fiz um balanço entre o plano de estágio inicialmente definido e as atividades efetivamente realizadas, assim como tive, naturalmente, em conta o conjunto das apreciações efetuadas pela minha orientadora na entidade, e ainda o modo como as integrei reflexivamente no processo de formação. Assim, em termos gerais, posso afirmar que o plano de estágio foi globalmente cumprido. As três áreas inicialmente previstas (gestão institucional, parcerias e eventos) foram desenvolvidas de forma consistente, e, como mencionado, foram, ainda, alargadas com a introdução de uma quarta área, os roteiros. Apesar de não constar formalmente do plano, acabou por assumir um papel central no meu percurso de estágio. Efetivamente, por via desta quarta área de intervenção pude aprofundar competências na conceção e implementação de roteiros turísticos e literários, o que enriqueceu significativamente a experiência formativa.

Na área da gestão institucional, concretizei as tarefas previstas, nomeadamente a elaboração do documento identificativo da empresa (credenciais) e o apoio à produção de relatórios institucionais, bem como a participação em reuniões de projetos. Estas atividades deram cumprimento aos objetivos de compreender a dinâmica de trabalho em equipa, participar nas rotinas administrativas da empresa e desenvolver competências de reflexão analítica, crítica e de trabalho autónomo.

No que respeita às parcerias, o facto de integrar a equipa aquando das várias visitas a parceiros e potenciais parceiros concorreu para cumprir o objetivo de pensar o turismo com base no desenvolvimento sociocultural do território e na colaboração com instituições parceiras, bem como desenvolver competências de comunicação interpessoal. Tive oportunidade de observar e participar em processos de negociação institucional, reconhecimento mútuo de interesses e discussão de possibilidades de colaboração futura.

Relativamente à área dos eventos, a participação em diferentes iniciativas, conforme descrito na secção anterior, ajudou a cumprir os objetivos de desenvolver competências de planeamento, organização e execução de eventos e de promover a troca de experiências e a construção de conhecimento relacionado com o Turismo de Base Comunitária. Mesmo o evento de Natal, ainda que não se realizasse, foi uma excelente situação modelo para o exercício prático de conceção e planificação de atividades.

A introdução da área dos roteiros representou um acréscimo em face do plano de estágio inicial, mas mostrou-se plenamente alinhada com os objetivos de aprendizagem do meu estágio e do próprio Stay To Talk. Todas as atividades realizadas foram oportunidades para consolidar competências de interpretação do património, mediação cultural e conceção de produtos turísticos criativos.

Relativamente ao meu desempenho pessoal, a realização do estágio configura-se como uma etapa durante a qual foi possível exercitar e consolidar um conjunto de competências primordiais para o meu futuro profissional, tal como se encontra refletido na Tabela 3, no ponto que a seguir se desenvolve. Refira-se, desde já, no que aos aspetos positivos diz respeito, o cumprimento integral das tarefas previstas no plano de estágio, sempre com profissionalismo, responsabilidade e empenho. Procurei, ao longo de todo o percurso, concretizar os objetivos definidos e demonstrar curiosidade e interesse em aprender, aprofundando temáticas e dinâmicas que iam surgindo nas diferentes áreas de trabalho.

A minha avaliação evidencia também o bom relacionamento que mantive com os colegas, com as chefias e com os clientes, o que contribuiu para a criação de um ambiente colaborativo, saudável e respeitoso durante todo o estágio. Acredito que esta capacidade de integração e de convivência positiva foi fundamental para o desenvolvimento das minhas atividades e para a construção de relações profissionais assentes na confiança.

No que respeita aos aspetos a melhorar, reconheço algumas dificuldades de comunicação em determinadas situações, bem como alguns desafios na adaptação a

contextos imprevistos. Não obstante, acredito que o desenvolvimento destas competências, particularmente a comunicação e a confiança em situações mais exigentes, serão essenciais para o meu crescimento pessoal e profissional na área do turismo e da hospitalidade.

Tabela 2

Nível de concordância face à postura profissional e adequação de atitudes e comportamentos durante o estágio

Atitudes	Considero que durante o meu estágio...				
	Discordo totalmente	Discordo	Não concordo nem discordo	Concordo	Concordo totalmente
Demonstrei capacidade de integração na equipa de trabalho					X
Cumpri com as tarefas propostas/definidas no plano de estágio					X
Realizei as tarefas com profissionalismo e responsabilidade					X
Empenhei-me ativamente na concretização de objetivos propostos					X
Revelei curiosidade e interesse em aprender					X
Fui assídua e pontual					X
Contribuí com ideias próprias para melhoria de tarefas e processos				X	
Expus de forma clara e construtiva o meu ponto de vista				X	
Relacionei-me de forma adequada com colegas e chefias					X
Relacionei-me de forma adequada com clientes					X

2.3.4 Conhecimentos e competências adquiridas/desenvolvidas

O estágio curricular possibilitou o desenvolvimento de diversas competências essenciais para o exercício profissional na área do turismo e da hospitalidade (Tabela 3). Ao colaborar no planeamento e na organização de atividades, pude aplicar, em contexto real, os conhecimentos adquiridos ao longo do Mestrado, aprofundando simultaneamente novos saberes relacionados com a gestão de eventos, o atendimento ao cliente e a coordenação logística.

Paralelamente, aprofundei a minha capacidade de pensamento crítico e criativo, quer nas reuniões de equipa, nas quais a minha opinião era considerada ao longo do processo de criação de uma atividade; quer, por exemplo, na elaboração de um roteiro baseado no livro *Viagem a Portugal*, de José Saramago. Através desta experiência, compreendi o processo global e as etapas necessárias para a construção de um roteiro, algo que estimulou, também, a geração de ideias criativas, tanto de forma autónoma como em conjunto com os restantes membros da empresa.

Durante o estágio, foi possível observar e participar em diferentes etapas do processo de organização de iniciativas turísticas, desde a conceção das propostas até à sua execução. Deste modo, consegui obter uma visão e compreensão mais abrangente das exigências operacionais do setor. Adicionalmente e como referido, durante o período de estágio colaborei na organização e realização de diversas atividades, o que me ajudou a compreender, de forma concreta, o funcionamento da execução de um evento, o contacto direto com os clientes e a adaptação a diferentes tipos de público, desde crianças nas oficinas de imersão cultural até aos adultos, nos roteiros culturais e em atividades ligadas ao turismo e ao património. No cômputo geral, o conjunto de experiências vivenciadas foi deveras relevante para reforçar a minha capacidade de resolução de problemas que surgiam no decorrer das atividades, na medida em que me ajudou a ser mais autónoma e proativa na tomada de decisões. Sem dúvida, uma das grandes conquistas de todo o processo de estágio.

A realização deste estágio foi, também, uma etapa de integração no contexto laboral do turismo, durante a qual houve tempo e espaço para conhecer várias

empresas do setor do turismo, desde unidades hoteleiras a empresas de animação turística, constituindo uma oportunidade valiosa para ampliar a minha rede de contactos profissionais e compreender, de forma prática, o funcionamento das parcerias estratégicas entre organizações. Esta interação com diferentes agentes do setor revelou-se fundamental para perceber a importância da cooperação e do trabalho em rede na criação de experiências turísticas diferenciadas e de qualidade.

Sinto que termino este estágio mais preparada para o mercado de trabalho. Foi uma experiência extremamente enriquecedora a todos os níveis, pois permitiu-me não só adquirir novas competências, como também aprimorar outras, todas elas essenciais no desempenho profissional nesta área. Esta vivência reforçou o meu interesse pela organização de eventos e pelas atividades de animação turística, área na qual espero trabalhar muito em breve.

Tabela 3

Nível de concordância face ao contributo do estágio curricular para o desenvolvimento de competências específicas e transversais

Competências	Considero que o meu estágio curricular me permitiu desenvolver as seguintes competências...				
	Discordo totalmente	Discordo	Não concordo nem discordo	Concordo	Concordo totalmente
Raciocínio crítico e analítico				x	
Resolução de problemas				x	
Pensamento inovador e criativo					x
Adquirir, compreender e utilizar informação					x
Competências tecnológicas				x	
Automotivação e vontade de aprender					x
Resiliência e capacidade de trabalhar sob pressão				x	
Adaptação e flexibilidade				x	
Autogestão emocional					x
Orientação para o serviço e para o cliente					x
Competências interpessoais					x
Competências de resolução de conflitos				x	
Ética e valores sociais					x
Determinação e orientação para os objetivos (empenho pessoal)					x
Desenvolvimento pessoal				x	
Conhecimentos de línguas estrangeiras				x	
Consciência intercultural				x	
Competências globais de comunicação					x
Trabalho em equipa e colaboração					x
Compromisso (trabalho/organização)					x
Conhecimentos no domínio do turismo					x
Conhecimentos específicos de operações				x	
Planeamento e organização					x

III. ESTUDO EMPÍRICO

Esta terceira parte do relatório de estágio, de carácter analítico, corresponde ao desenvolvimento de um estudo empírico que tem como objetivo aprofundar a compreensão dos impactos e contributos do Stay To Talk junto dos seus parceiros institucionais. A realização deste estudo resultou diretamente da experiência vivida durante o estágio curricular, marcada pelo contacto próximo com diversas entidades parceiras e pela observação de iniciativas desenvolvidas em diferentes contextos territoriais. A diversidade dos parceiros e das atividades promovidas evidenciou a pertinência de analisar, de forma mais sistemática, as perceções e experiências destas entidades relativamente à parceria estabelecida com o Stay To Talk. Pretendeu-se, assim, compreender de que modo essa colaboração favorece a dinamização da atividade turística, a valorização do património local e o envolvimento da comunidade, dimensões centrais da atuação da empresa.

Nesta secção apresenta-se, em primeiro lugar, a metodologia adotada, incluindo o método de investigação, o perfil dos entrevistados e os procedimentos de recolha e análise dos dados. Seguidamente, são analisados os principais resultados do estudo, organizados em torno de quatro categorias temáticas identificadas ao longo do processo de análise de conteúdo.

3.1. Metodologia

O presente estudo enquadra-se no paradigma qualitativo e adota uma abordagem de carácter exploratório, procurando compreender, a partir da perspetiva dos atores envolvidos, as dinâmicas estabelecidas entre as instituições locais e o Stay To Talk. O foco central da investigação consistiu em compreender de que forma a parceria entre o Stay To Talk e as entidades entrevistadas contribuem para a valorização da atividade turística, a preservação do património e o envolvimento da comunidade local através das atividades promovidas em conjunto.

A escolha metodológica da entrevista semiestruturada fundamenta-se na sua flexibilidade, a partir da qual é possível aceder a conteúdos mais profundos e adaptados à especificidade de cada interlocutor (Jennings, 2005). Assim, foram formuladas questões relativas à caracterização da entidade parceira, à natureza e duração da parceria com o Stay To Talk, bem como às perceções sobre os contributos da atividade turística para o território.

Do universo de 16 parceiros identificados pelo Stay To Talk, foram selecionadas 12 entidades, tendo sido realizadas nove entrevistas presenciais entre os meses de maio e setembro de 2025. A média de duração de cada entrevista foi de aproximadamente 30 minutos. A recolha de dados foi efetuada mediante gravação áudio, salvaguardando o rigor e a fiabilidade da informação registada, com o devido consentimento informado dos participantes.

A escolha dos entrevistados procurou assegurar uma diversidade de perfis institucionais, de modo a contemplar diferentes tipologias de entidades envolvidas no projeto. A Tabela 4 apresenta o perfil dos entrevistados, incluindo o número da entrevista, a tipologia da entidade e o tempo de parceria. Para efeitos de preservação do anonimato, os nomes das instituições foram omitidos na versão final do relatório.

Tabela 4

Perfil dos entrevistados

Nº Entrevistado	Tipologia da Entidade	Tempo de parceria
1	Entidade de Gestão Cultural e Patrimonial	-
2	Alojamento Turístico	4 anos
3	Artesão Local	-
4	Instituição de Ensino Particular	7 anos
5	Grupo Cultural e Etnográfico	2 anos
6	Museu	5 anos
7	Empresa de Animação Turística	5 anos
8	Associação de Municípios	7 anos
9	Entidade Pública	-

Foram entrevistados os representantes institucionais das entidades parceiras do Stay To Talk, cuja seleção decorreu do seu envolvimento direto no planeamento, implementação ou acompanhamento das atividades desenvolvidas em conjunto com o instituto. Tal como se pode verificar na Tabela 4, o perfil dos participantes é abrangente, até pela diversidade dos setores de atuação, que incluem: entidades públicas, instituições de ensino, grupos culturais, associações intermunicipais, museus, unidades de alojamento turístico, empresas de animação turística e representantes da cultura local (nomeadamente um artesão). Por conseguinte, foi possível contactar com uma ampla gama de perspetivas sobre a parceria e sobre o impacto do instituto no território.

De acordo com as respostas obtidas, o tempo de parceria com o Stay To Talk, varia entre dois e sete anos, existindo também casos em que a colaboração é mais recente ou informal. A heterogeneidade temporal identificada reflete-se, naturalmente, no fortalecimento de relações, assim como na observação de outras experiências em fase inicial de desenvolvimento.

As iniciativas desenvolvidas em parceria entre o Stay To Talk e as entidades entrevistadas são igualmente diversificadas. Entre as atividades mais mencionadas destacam-se roteiros turísticos temáticos, processos de certificação de património material e imaterial, oficinas de imersão cultural, *workshops* criativos, ateliês de pintura, visitas culturais mediadas, bem como a coconstrução de experiências turísticas e de estudos de cariz patrimonial ou educativo. A variedade de ações sublinha o carácter transversal do instituto, que atua em diferentes dimensões: educativa, patrimonial, turística e de investigação.

Após a realização das entrevistas e a respetiva transcrição integral dos conteúdos recolhidos, procedeu-se à análise dos dados qualitativos com base na técnica de análise de conteúdo (Neuendorf, 2017). Esta abordagem metodológica permitiu identificar categorias temáticas a partir das regularidades, recorrências e singularidades presentes nos discursos dos entrevistados.

A análise foi organizada em três etapas principais:

1. Pré-análise, com leitura flutuante e organização do *corpus*;
2. Exploração do material, com codificação das unidades de registo e categorização temática (dimensões como: parcerias, contributo do turismo, envolvimento da comunidade, e iniciativas sugeridas);
3. Tratamento e interpretação dos resultados, em que se procurou cruzar os dados empíricos com os objetivos do estudo e com referenciais teóricos relevantes.

Do processo de categorização resultou a agregação dos dados em torno de eixos analíticos descritos na seguinte secção dos resultados.

3.2. Resultados

A presente secção destina-se à apresentação e análise dos resultados do estudo empírico realizado com base em entrevistas a diversos parceiros do Stay to Talk. As entrevistas abordam as perceções sobre as experiências, expectativas e contributos manifestados pelos atores locais, em articulação com os objetivos do instituto.

A análise das entrevistas possibilitou a identificação de categorias temáticas a partir das regularidades e singularidades presentes no discurso dos entrevistados. Estas foram organizadas em torno de quatro categorias principais, que emergiram a partir das narrativas recolhidas, nomeadamente, sobre a relevância das parcerias com o Stay to Talk, perspetivas sobre o contributo da atividade turística, possibilidades de envolvimento da comunidade local e sugestões de iniciativas futuras.

3.2.1 A parceria com o Stay To Talk

A análise dos dados obtidos nas entrevistas identifica que as parcerias estabelecidas entre as instituições locais e o projeto Stay To Talk são, em geral, valorizadas de forma positiva, sendo percecionadas como catalisadoras de dinâmicas culturais, educativas e identitárias. Os entrevistados reconhecem o contributo do Stay

To Talk nas suas atividades culturais e turísticas, posicionando-o como um agente estruturante de iniciativas locais.

A parceria é frequentemente descrita como estratégica, uma vez que contribui para a missão institucional das entidades envolvidas. A este respeito, um dos entrevistados refere que *“o Stay é uma empresa dinâmica que potencia o pensamento e contribui para as atividades regulares da empresa”* (E.1), sublinhando o carácter inovador e integrador da colaboração.

Esta valorização estratégica manifesta-se também no reconhecimento das competências operacionais do projeto. Como sublinhado por outro participante, *“a vantagem é que o Stay conhece muito bem o território, conhece muito bem as entidades, sabe com quem falar”* (E.8), o que evidencia a existência de um capital relacional e territorial favorável à eficácia da parceria.

Uma segunda dimensão que emerge das entrevistas refere-se aos efeitos positivos da colaboração ao nível da formação e da capacitação de públicos jovens. Neste âmbito, o (E.4) destaca que *“é uma parceria muito vantajosa, pois os alunos desenvolvem competências e colocam em prática os seus conhecimentos”*, evidenciando uma articulação profícua entre o espaço educativo e o mundo real, através de experiências pedagógicas aplicadas.

Por fim, diversas instituições sublinham o papel da parceria na projeção da sua identidade e no alargamento do seu público-alvo, como apresentado nos seguintes excertos:

... ser parceiro do Stay To Talk dá-nos outras perspetivas e traz visibilidade à nossa associação (E.5)

... a parceria contribui para o reforço da nossa identidade e para a ligação entre entidades locais (E.9)

Isto demonstra o potencial do Stay To Talk como plataforma de mediação cultural e enquanto elo promotor de cooperação interinstitucional.

3.2.2 Contributos da atividade turística

O Turismo é percecionado pelas instituições como uma ferramenta de valorização cultural e social. As entidades parceiras reconhecem que o turismo desempenha um papel relevante na promoção do território, na ativação da memória coletiva e na preservação das tradições locais. De forma transversal, o turismo é percecionado como um meio eficaz de promover o património local, de fortalecer a memória coletiva e de ativar dinâmicas sociais, educativas e intergeracionais.

Nesse sentido, um dos entrevistados sublinha que o turismo permite recuperar e valorizar práticas culturais identitárias:

... o turismo é, sem dúvida, uma forma de trazer as pessoas a conhecer o território, a rota, a nossa gastronomia, o património e as nossas tradições. Tendo em conta a existência deste projeto, este assume-se como particularmente importante, pois consegue, de certa forma, potenciar o turismo; portanto, há que aproveitar para atrair ainda mais visitantes (E.1).

É igualmente possível constatar que o turismo pode ser compreendido como um canal de aprendizagem não formal, tanto para visitantes como para residentes, ao transmitir saberes locais e memórias coletivas. No entanto, nota-se, por parte dos entrevistados, uma preocupação com os equilíbrios entre autenticidade, qualidade e sustentabilidade no contexto do turismo cultural. Como salientado por um dos participantes,

... o turismo ajuda a evidenciar a importância da nossa atividade e daquilo que é a etnografia, o folclore, os usos e costumes, uma vez que existe, de facto, procura por turismo cultural. Essa procura obriga ao aumento da oferta e à melhoria da sua qualidade. No entanto, a massificação do turismo pode ter um impacto negativo, pois pode levar ao aumento da oferta com menor qualidade, o que pode fazer com que se perca a importância do 'fazer bem' (E.5).

Outro eixo relevante é o da função educativa do turismo, nomeadamente no que diz respeito à sensibilização de públicos e à preservação da tradição. O mesmo representante acrescenta que “o turismo ajuda a impactar a importância da nossa tradição, que às vezes se vai perdendo com os mais novos” (E.5), reconhecendo no turismo uma via de continuidade entre gerações e uma oportunidade de revitalização das práticas culturais locais. Neste sentido, outro entrevistado reforça a importância de fomentar o conhecimento e o enraizamento cultural junto das gerações mais jovens:

... temos de defender a nossa cultura e as nossas tradições, e só defendemos aquilo que amamos. Para amar, é preciso conhecer, e é necessário promover este tipo de iniciativas para conhecer o território e as suas tradições, fazendo com que os jovens amem a sua cultura, a promovam, a preservem e a transmitam reforçada às gerações vindouras (E.4).

De forma geral, os dados analisados demonstram que os parceiros entrevistados reconhecem o turismo como uma atividade com impactos que transcendem o plano económico, assumindo-o como um vetor estratégico para a preservação cultural, a educação informal e a coesão territorial.

3.2.3 Envolvimento da comunidade

A maioria dos parceiros entrevistados admite que é primordial integrar a comunidade local nas iniciativas promovidas em parceria com o Stay To Talk, considerando-a como parte ativa dos processos culturais, e não apenas como público-alvo. De facto, os entrevistados entendem que a sua participação é essencial para garantir o enraizamento territorial das iniciativas e a sua continuidade no tempo. Como salienta um deles, *“a parceria com o Stay To Talk tem sido muito importante para dar voz às pessoas que têm histórias para contar”* (E.9), sublinhando o papel da mediação cultural no reconhecimento dos saberes e vivências locais.

Alguns testemunhos revelam práticas bem-sucedidas de participação comunitária, que vão desde a valorização de cuidadores do património – cidadãos que, de forma voluntária, asseguram o acesso a monumentos locais –, até à dinamização de serviços educativos orientados para o público infantojuvenil, potenciando a articulação com famílias e escolas. A este respeito, destacam-se projetos com envolvimento ativo da comunidade:

Temos um projeto muito interessante que se chama Cuidadores do Património, que é um projeto vencedor. É um projeto que lançámos, no qual os cuidadores do património são todas aquelas pessoas que cuidam do património, que nos abrem as igrejas – é a dona Glorinha, que tem a chave, é a dona Maria José – são aquelas pessoas que vão aos monumentos, de uma forma graciosa, abrir os monumentos para que sejam fruídos (E.1).

Apesar do reconhecimento do seu valor, o envolvimento comunitário enfrenta desafios significativos, nomeadamente no que diz respeito à mobilização de jovens, produtores locais e outros agentes menos próximos das práticas culturais.

Hoje em dia, temos poucos agentes locais e poucos produtores locais interessados em participar nas nossas atividades. [...] Um dos problemas é que os produtores, por vezes, não estão disponíveis para abrir todos os dias as portas. (E.7).

Esta limitação é agravada pela escassez de compensação financeira e pela exigência de disponibilidade frequente, que dificultam a continuidade de ações regulares.

Adicionalmente, destaca-se a necessidade de escuta ativa por parte das entidades promotoras. “Primeiro tínhamos que perceber se as pessoas estavam disponíveis e interessadas” (E.6), observa um dos entrevistados, apontando para a importância de ajustar as propostas culturais às condições concretas da população.

Por outro lado, os dados revelam que o envolvimento da comunidade tem contribuído para fortalecer laços sociais, promover o orgulho local e dinamizar estruturas culturais existentes. Um exemplo disso é referido pela instituição que salienta:

... temos, de facto, um projeto na escola que tem esse propósito: tentar a renovação geracional, envolver a comunidade escolar e promover essa renovação não só dos elementos do próprio grupo folclórico, mas também dos órgãos sociais (E.5).

Perante estes exemplos, pode afirmar-se que os parceiros reconhecem a comunidade como um ator central para a eficácia, relevância e sustentabilidade das ações culturais e turísticas. A sua mobilização, no entanto, requer estratégias consistentes, contínuas e sensíveis ao contexto local, que promovam a escuta, o reconhecimento simbólico e, sempre que possível, a valorização material do seu contributo.

3.2.4 Iniciativas sugeridas

As sugestões recolhidas ao longo das entrevistas revelam um conjunto diversificado de propostas orientadas para o aprofundamento e a expansão das atividades do Stay To Talk. As entidades parceiras manifestam interesse em consolidar o trabalho já desenvolvido, designadamente em dimensões como a criatividade, a ligação intergeracional, a valorização das tradições locais e o envolvimento das escolas. De forma geral, as iniciativas sugeridas apontam para um desejo partilhado de continuidade, profissionalização e maior visibilidade do Stay To Talk.

Entre as propostas mais recorrentes ressalta-se a valorização de atividades que estimulem a participação da população local e que reforcem a identidade cultural dos territórios. Uma das entidades refere que *“se deveria organizar iniciativas que envolvam os habitantes locais, as escolas, a população sénior e os cuidadores do património”* (E.1), evidenciando a importância da inclusão intergeracional e do reconhecimento de agentes informais que contribuem para a preservação do património.

Foram igualmente mencionadas sugestões relacionadas com atividades criativas de carácter artístico, nomeadamente oficinas de pintura, escrita e expressão estética. Nesse sentido, uma das instituições afirma ter interesse em *“atividades de pintura e escrita que possam ser feitas com os hóspedes e com a comunidade”* (E.2), o que demonstra a intenção de cruzar o turismo com experiências culturais significativas.

Outros parceiros sublinham a importância de eventos temáticos que associem turismo, gastronomia, literatura e cultura local. As propostas incluem a criação de roteiros culturais com base em autores e artistas locais, bem como a o incentivo à realização de encontros que celebrem o património imaterial. A esse respeito, um dos parceiros acrescenta: *“acho que era continuar o trabalho de conhecimento das tradições, da valorização do património imaterial e cultural do território”* (E.8).

Também se salientou a importância de reforçar a ligação às escolas e à juventude, nomeadamente através da integração de atividades extracurriculares, estágios ou oficinas de imersão. Este eixo de ação é apontado como essencial para assegurar a renovação geracional das práticas culturais. A educação formal e não formal surge,

assim, como dimensão prioritária e o potencial das escolas, enquanto espaços estratégicos para a construção de consciência patrimonial, é perfeitamente reconhecido, como no seguinte exemplo: *“todas as atividades que tenham a ver com o envolvimento dos alunos e a ligação ao território são bem-vindas”* (E.4).

Apesar da diversidade das propostas, alguns entrevistados sublinham que o êxito das iniciativas depende da sua regularidade e planeamento. *“Acho que a importância é a consistência e calendarização das atividades”* (E.8), alerta um parceiro, apontando para a necessidade de estruturar as intervenções no tempo, de modo a garantir impacto e sustentabilidade.

Por fim, referiu-se a necessidade de reforçar a comunicação e a divulgação digital das atividades desenvolvidas pelo projeto, com vista a ampliar o seu alcance e atrair novos públicos. Embora menos frequente, esta sugestão reflete uma preocupação crescente com a visibilidade das iniciativas e a sua projeção externa.

As iniciativas sugeridas apontam, em síntese, para o fortalecimento de uma agenda cultural partilhada, assente em princípios de participação, continuidade e valorização dos saberes locais. Estas propostas oferecem pistas concretas para o aprofundamento da atuação do Stay to Talk, enquanto plataforma de dinamização territorial e de cocriação com os seus parceiros.

IV. REFLEXÕES FINAIS

A presente secção reúne as reflexões finais do relatório de estágio, integrando uma síntese dos principais contributos teóricos e empíricos desenvolvidos ao longo do trabalho. Procura-se, igualmente, refletir sobre as aprendizagens e experiências resultantes do estágio curricular, bem como destacar as contribuições práticas do trabalho desenvolvido e apresentar recomendações relevantes para a entidade de acolhimento.

4.1 Reflexão teórica e síntese dos resultados empíricos

Através da contextualização teórica foi possível compreender a abrangência do setor da animação turística, assim como evidenciar o seu papel enquanto componente estrutural da oferta turística. Da análise dos principais conceitos, características e tipologias, identificou-se a animação turística como um instrumento que vai além do entretenimento, na medida em que impulsiona a valorização do património cultural e natural dos territórios, e implica envolvimento ativo dos visitantes nas experiências vividas. A sua versatilidade e capacidade de adaptação a diferentes públicos corroboram a importância deste setor na qualificação e diferenciação dos destinos turísticos.

O enquadramento legal das empresas de animação turística em Portugal foi igualmente abordado, com base na legislação atualmente em vigor, que delimita as suas atividades e categorias. Este quadro normativo é fundamental para o reconhecimento deste subsector para o desenvolvimento turístico nacional. No entanto, persistem desafios significativos, como a predominância de microempresas, as limitações no acesso a recursos e financiamento, e fragilidades ao nível da estrutura organizacional. Apesar disso, dados recentes demonstram o aumento expressivo do número de operadores e da diversidade de ofertas, o que reflete a crescente relevância económica e territorial da animação turística no país.

A análise do destino turístico Amarante permitiu aplicar os conceitos teóricos a uma realidade concreta, evidenciando a forma como os recursos patrimoniais, culturais e naturais locais são integrados numa oferta turística diversificada. A atratividade crescente do concelho, confirmada pelos dados estatísticos mais recentes, revela o impacto positivo da animação turística na dinamização regional e na criação de experiências diferenciadoras.

A realização do estudo empírico permitiu identificar o Stay To Talk – Instituto de Imersão Cultural como um agente amplamente valorizado pelos seus parceiros, destacando-se como catalisador de redes culturais, educativas e comunitárias. Efetivamente, a análise das entrevistas revelou o reconhecimento claro do seu contributo para o território, enquanto assinalou um modelo de atuação baseado na coautoria, na participação ativa dos diferentes atores locais e na sustentabilidade das iniciativas. As quatro categorias analisadas – parcerias, contributo do turismo, envolvimento da comunidade e iniciativas sugeridas – convergem para a consolidação de uma prática que valoriza a cocriação territorial e a ação colaborativa.

No que respeita às parcerias, estas são descritas como estratégicas e relevantes, e como facilitadoras na criação de sinergias entre entidades culturais, educativas, turísticas e administrativas. Os parceiros testemunham a capacidade do Stay To Talk para unir diferentes dimensões do território, potenciando a complementaridade de ofertas e reforçando a missão institucional das entidades envolvidas. É igualmente sublinhado o impacto formativo destas colaborações, sobretudo no que toca à capacitação de públicos jovens e ao acesso a novos segmentos da população, contribuindo para a democratização da cultura.

Relativamente ao turismo, denota-se que é valorizado sobretudo pela sua dimensão cultural, identitária e educativa. Os dados sugerem que o turismo promovido no âmbito da parceria com o Instituto transcende os objetivos económicos, assumindo-se como instrumento de preservação do património, de mediação cultural e de regeneração social. A atividade turística é entendida como um canal eficaz de

transmissão de saberes locais e de fortalecimento da memória coletiva, tanto para residentes como para visitantes.

A comunidade local é posicionada, de forma consistente, como protagonista dos processos culturais. O seu envolvimento é percebido como essencial à sustentabilidade e legitimidade das ações desenvolvidas. Ainda assim, foram identificados desafios concretos, nomeadamente no que diz respeito à mobilização de jovens, agentes culturais e populações menos envolvidas nas dinâmicas locais. A necessidade de promover uma escuta ativa, de criar condições de participação e de reconhecer simbolicamente (e, quando possível, materialmente) o contributo da comunidade surge como um caminho a aprofundar. O envolvimento efetivo é apontado como promotor de orgulho local, reforço dos laços sociais e sentimento de pertença.

As entrevistas revelaram, ainda, um conjunto de sugestões para reforçar e variar as ações do projeto. Entre as propostas mais apontadas encontram-se oficinas criativas e intergeracionais, eventos temáticos que cruzem cultura, gastronomia e turismo, e um maior investimento na ligação à escola e à juventude. A melhoria da comunicação e da presença digital do projeto foi também referida como necessária para ampliar o seu alcance. Assim, as iniciativas sugeridas refletem um desejo coletivo de continuidade, aprofundamento e profissionalização da atuação do Stay To Talk, reconhecendo o seu valor enquanto plataforma de dinamização cultural com impacto territorial significativo.

Tendo em conta os objetivos do estudo – compreender de que forma a parceria entre o Stay to Talk e as entidades entrevistadas contribui para a dinamização da atividade turística, a preservação do património e o envolvimento da comunidade local através das atividades promovidas em conjunto –, conclui-se que o Stay To Talk constitui um parceiro essencial para o desenvolvimento turístico de Amarante. Apesar de se tratar de uma empresa de pequena dimensão, distingue-se pela sua capacidade de inovação na região, pelo vasto conhecimento do território e pela aptidão em potenciar os seus recursos na criação de experiências diferenciadoras.

Conclui-se, igualmente, que o turismo, quando baseado em princípios de sustentabilidade e valorização cultural, se assume como um elemento fundamental para

a preservação e promoção do património de Amarante. O Stay To Talk revela-se, assim, uma entidade que contribui significativamente para a valorização da cidade, promovendo a colaboração entre os agentes locais e impulsionando uma oferta turística mais autêntica, sustentável e integrada.

No que respeita às limitações do estudo empírico, importa referir a dificuldade verificada na marcação das entrevistas, o que levou a um alargamento do período inicialmente previsto para a sua realização. A disponibilidade limitada de alguns parceiros institucionais, condicionada por agendas próprias e, em certos casos, pela acumulação de funções, implicou reajustes no cronograma definido. Apesar disso, o número de entrevistas conduzidas permitiu assegurar a diversidade de perfis e atingir a saturação temática necessária, ainda que o processo tenha exigido uma gestão flexível dos tempos e das condições de recolha de dados.

Adicionalmente, como é comum nos estudos de natureza qualitativa, os resultados obtidos não têm pretensões de generalização estatística. A análise baseia-se em narrativas contextualizadas, construídas a partir das experiências específicas dos interlocutores envolvidos no projeto Stay To Talk. Embora esta abordagem possibilite uma compreensão aprofundada e situada das dinâmicas locais, reconhece-se que outras perspetivas poderiam ter emergido com um número mais alargado de entrevistas ou com a inclusão de novos perfis institucionais e comunitários. Ainda assim, os dados recolhidos oferecem um contributo relevante para refletir sobre práticas de cocriação cultural e sobre os impactos territoriais de projetos colaborativos.

4.2 Aprendizagens e experiências do estágio curricular

A realização do estágio curricular revelou-se extremamente importante para a aquisição de novos conhecimentos, bem como para a aplicação prática das aprendizagens desenvolvidas ao longo do Mestrado em Turismo e Hospitalidade. Este estágio possibilitou a observação direta do funcionamento de uma empresa de animação turística, permitindo-me consolidar saberes relacionados com a preparação e organização de atividades e eventos de diferentes temáticas. Proporcionou, igualmente, o contacto direto com outras empresas do setor, além de me oferecer a oportunidade de compreender os processos associados ao estabelecimento de parcerias.

No que se refere às competências desenvolvidas, foi possível aperfeiçoar capacidades pessoais, tais como o trabalho em equipa e o pensamento criativo e inovador, contribuindo com ideias originais para atividades, eventos e projetos da empresa. O estágio permitiu ainda reforçar a capacidade de organização, bem como a adaptabilidade a diferentes ambientes e públicos.

Importa salientar que esta experiência se revelou fundamental para aprofundar o meu conhecimento sobre o funcionamento de uma empresa, constituindo uma mais-valia para o futuro profissional, na medida em que possibilitou o contacto direto com a realidade de uma organização de animação turística em diversos contextos. Adicionalmente, o estágio foi primordial para o desenvolvimento de redes de contacto (*networking*) com profissionais da área. O estágio curricular foi, portanto, fundamental para a aquisição de experiência profissional, tornando-se um elemento essencial para a minha integração no mercado de trabalho. Constituiu, igualmente, uma oportunidade relevante para a definição de futuras opções de carreira, uma vez que me permitiu identificar as áreas com as quais mais e menos me identifico, contribuindo, assim, para uma escolha profissional mais informada.

4.3 Contribuições práticas e recomendações para a empresa

Durante o período de estágio foi possível constatar que o Stay To Talk apresenta um vasto conjunto de potencialidades para se afirmar ainda mais na região, dado o seu carácter inovador e a oferta de produtos diferenciados. Contudo, identificaram-se também alguns aspetos suscetíveis de melhoria a médio e a longo prazo.

Em primeiro lugar, refira-se o facto de a empresa ainda ser pouco conhecida pelo público, o que dificulta a adesão às atividades e projetos desenvolvidos. Neste sentido, a elaboração e implementação de um plano de marketing poderia auxiliar de forma significativa na resolução deste desafio, pois aumentaria a visibilidade da marca e a sua notoriedade no mercado regional.

Em segundo lugar, a ausência de um espaço físico aberto ao público limita a possibilidade de programação cultural regular. A criação desse espaço, embora constitua uma medida a longo prazo, seria um passo estratégico para garantir a consolidação e o crescimento contínuo da empresa.

Por último, salienta-se a necessidade de reforçar o trabalho em projetos de maior duração, assegurando simultaneamente mecanismos de financiamento adequados. Esta estratégia garantiria a estabilidade da empresa no desenvolvimento e manutenção de iniciativas sustentáveis ao longo do tempo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Almeida, P. (2003). *A contribuição da animação turística para o aumento das taxas de ocupação de uma região*. [Dissertação de Mestrado]. Universidade de Aveiro – Departamento de Economia Gestão e Engenharia Industrial. Disponível em: <http://hdl.handle.net/10400.8/491>
- Almeida, P. (2004). A gestão da animação turística como sustentação do aumento das taxas de ocupação. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 1(2), 23–30. Disponível em: https://www.researchgate.net/profile/Paulo-Almeida-38/publication/309211126_A_Contribuicao_da_Animacao_Turistica_para_o_aumento_das_Taxas_de_Ocupacao_de_uma_Regiao/links/5fdc8f29a6fdccdc8d97ccc/A-Contribuicao-da-Animacao-Turistica-para-o-aumento-das-Taxas-de-Ocupacao-de-uma-Regiao.pdf
- Amarante Tourism. (s/d). <https://amarantetourism.com/>
- APECATE. (s/d). *O que é a Animação Turística?* APECATE. Acedido em 5 de agosto de 2025, em: <https://apecate.pt/animacao-turistica-2/>
- Associação de Municípios Douro e Tâmega. (2021). *Região-Characterização*. AMDT. Acedido em 10 de agosto de 2025, em: <https://www.douroetamega.pt/regiao/caracterizacao>
- Associação de Municípios do Douro e Tâmega. (2024). *Conferência Internacional Enoturismo com Verde Sentido: património, comunicação e inovação*. AMDT. Acedido em 10 de agosto de 2025, em: <https://www.douroetamega.pt/associacao/documentos/conferencia-internacional>
- Associação de Municípios Douro e Tâmega. (2025, 22 de setembro). *Dia Mundial do Turismo em Amarante*. [Atualização de estado]. Facebook. <https://www.facebook.com/douroetamega/photos/munic%C3%ADpio-de-amarante-dia-mundial-do-turismo-em-amarante-no-pr%C3%B3ximo-27-de-setemb/1246359394193894/>
- Câmara Municipal de Amarante. (2023). *Green Destinations – Sustentabilidade*. Câmara Municipal de Amarante. <https://www.cm-amarante.pt/municipio/camara-municipal/sustentabilidade/greendestinations/>
- Carvalho, P., & Alves, L. (2017). Animação turística, inovação e criatividade no desenvolvimento rural: O caso das Aldeias do Xisto. In F. Sousa, J. D. Lima Pereira, & M. S. Lopes (Coords.), *Animação sociocultural, turismo rural e desenvolvimento comunitário* (pp. 171–179). Intervenção. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/316635235_Animacao_Turistica_Inovacao_e_Criatividade_no_Developolvimento_Rural_O_Caso_das_Aldeias_do_Xisto
- Castro, F. (2025, 18 de janeiro). Viagens personalizadas e seguras: as 10 tendências que vão marcar o turismo em 2025. *ECO Sapo*. <https://eco.sapo.pt/2025/01/18/viagens-personalizadas-e-seguras-conheca-as-10-tendencias-que-vao-marcas-o-turismo-em-2025/>
- CNN Portugal. (2025, 10 de junho). *Turismo: verão de 2025 promete recordes, mas aeroportos podem travar o otimismo*. CNN Portugal. <https://cnnportugal.iol.pt/turismo/verao/turismo-verao-de-2025-promete-recordes-mas-aeroportos-podem-travar-otimismo/20250610/6847f74dd34e3f0bae9f3873>

- Costa, R., & Costa, C. (2010). A importância das redes e parcerias para as pequenas e micro empresas de animação turística. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 3(13/14), 983–984.
- Costa, S. (2021). *A animação turística como instrumento de valorização do turismo cultural e criativo no Alentejo Litoral*. [Dissertação de Mestrado]. Universidade do Algarve – Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo. Disponível em: <http://hdl.handle.net/10400.1/17446>
- Council of Europe (2017). *European Cultural Heritage Strategy for the 21st Century - Knowledge and education*. Council of Europe. <https://www.coe.int/en/web/culture-and-heritage/strategy-21-k>
- Estevão, C., & Franco, M. (2010). O papel das parcerias público-privadas de turismo no desenvolvimento regional: proposta de um modelo de conceptual. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 1(13/14), 253-263.
- Esteves, E. (2015). *Animação turística como fator de eleição de um destino: Perspetiva do visitante* [Dissertação de Doutoramento]. Universidade Fernando Pessoa. Disponível em: <http://hdl.handle.net/10284/4907>
- Esteves, E., Fernandes, P., & Cardoso, C. (2013). Animação turística como fator implícito da procura turística. *Tourism & Management Studies*, 1, 87-92. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/3887/388743874020.pdf>
- Gilbert-Jones, R. (2024, 15 de novembro). How authentic experiences shape the new tourism economy. *Skift*. <https://skift.com/2024/11/15/how-authentic-experiences-shape-the-new-tourism-economy/>
- Green Destinations. (2023). *Amarante – Silver Award. Andar no Laréu - Using an Itinerant Event as a Tourism Decentralize*. Green Destinations Global. <https://www.greendestinations.org/amarante-portugal/>
- Instituto de Planeamento e Desenvolvimento do Turismo (IPD). (2024). *Tendências de viagem e turismo 2024*. IPDT. Acedido em 12 de julho de 2024, em: <https://www.ipdt.pt/tendencias-viagem-turismo/>
- Jennings, G. R. (2005). Interviewing: A focus on qualitative techniques. In B. W. Ritchie, P. Burns, & C. Palmer (Eds.), *Tourism Research Methods: Integrating Theory with Practice* (pp. 99–117). CABI. Digital Lybrary. <https://doi.org/10.1079/9780851999968.0099>
- Kassam, A. (2025, 25 de janeiro). 'I have no neighbours': overtourism pushes residents in Spain and Portugal to the limit. *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/news/2025/jan/25/no-neighbours-overtourism-residents-spain-portugal-visitor>
- Lacerda, L., & Sousa, C. (2009). A animação sociocultural e a formação profissional em turismo: Reflexões sobre a animação turística. *Revista Turismo em Análise*, 20(2), 369–387. DOI: <https://doi.org/10.11606/issn.1984-4867.v20i2p369-387>
- Leahy, K. (2023, 7 de setembro). *What's the problem with overtourism?* National Geographic Traveller. <https://www.nationalgeographic.com/travel/article/what-is-overtourism>

- Marujo, N., Borges, M. R., Serra, J., Martins, J., & Wolfram, M. (2020). Empresas de animação turística e turismo criativo: O caso da “Genuine Alentejo” e da “Vagar Walking Tours”. In N. Marujo, M. R. Borges, & J. Serra (Eds.), *Turismo Criativo no Alentejo: A Experiência do Projeto CREATOUR* (pp. 39–55). Caderno do Século. Disponível em: <http://hdl.handle.net/10174/28435>
- Ministério Economia e da Inovação. (2009). Decreto-Lei n.º 108/2009, de 15 de maio| *DR. Diário da República*. <https://diariodarepublica.pt/dr/detalhe/decreto-lei/108-2009-608703>
- Ministério Economia e do Emprego. (2013). Decreto-Lei n.º 95/2013, de 19 de julho| *DR. Diário da República*. <https://diariodarepublica.pt/dr/detalhe/decreto-lei/95-2013-498127>
- Ministério Economia. (2015). Decreto-Lei n.º 186/2015, de 3 de setembro| *DR. Diário da República*. <https://diariodarepublica.pt/dr/detalhe/decreto-lei/186-2015-70179162>
- Moreira, C. (2012). Lazer, animação turística e desenvolvimento local. In R. Jacinto (Coord.), *Patrimónios, territórios e turismo cultural: Recursos, estratégias e práticas* (pp. 77–103). Centro de Estudos Ibéricos; Âncora Editora. Disponível em: <https://estudogeral.uc.pt/handle/10316/47545?mode=full>
- Neuendorf, K. A. (2017). *The content analysis guidebook* (2nd ed). Sage.
- Oliveira, A., Correia, A. I., & Fernandes, C. (2017). A utilização das redes sociais na perspetiva das empresas de turismo em espaço rural. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 15(4), 807–822. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2017.15.055>
- Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (1998, julho-agosto). The experience economy. *Harvard Business Press*. <https://hbr.org/1998/07/welcome-to-the-experience-economy>
- Ramos, E., & Marques, P. (2012). O contributo da animação turística nas empresas. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 2(17/18), 609–622.
- Richards, G. (2018). Cultural tourism: A review of recent research and trends. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 36, 12-21. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2018.03.005>
- Seeley, J., Mann, R. & Krishnan, V. (2024, 17 de setembro). The evolving role of experiences in travel. *McKinsey & Company*. <https://www.mckinsey.com/industries/travel/our-insights/the-evolving-role-of-experiences-in-travel>
- Stay to Talk. (s/d). <https://www.staytotalk.pt/>
- Stay to Talk. (s/d). *Home* [página do Facebook]. Facebook. Acedido em 20 de julho de 2025, em: https://www.facebook.com/staytotalk.pt/?locale=pt_PT
- Stay to Talk [@staytotalk.pt]. (n.d.). *Stay to Talk* [Perfil do Instagram]. Instagram. Acedido em 20 de julho de 2025, em: <https://www.instagram.com/staytotalk.pt/>
- Tawii, C. (2024, 13 de setembro). *Traveller segmentation: The expanding role of cultural explorers in shaping global tourism*. Euromonitor International. <https://www.euromonitor.com/article/traveller-segmentation-the-expanding-role-of-cultural-explorers-in-shaping-global-tourism>

- Teixeira, S. (2024, 23 de setembro). Projeto da Associação de Municípios do Douro e Tâmega propõe 92 percursos de turismo de natureza. *Nosso Território*. <https://nossoterritorio.pt/2024/09/23/projeto-da-associacao-de-municipios-do-douro-e-tamega-propoe-92-percursos-que-permitem-explorar-o-turismo-de-natureza-da-regiao/>
- Travel BI. (s/d). <https://travelbi.turismodeportugal.pt/>
- Travel BI. (2025a). *Turismo em Portugal – Números 2025*. Travel BI by Turismo de Portugal. Acedido em 8 de agosto de 2025, em: <https://travelbi.turismodeportugal.pt/turismo-portugal/turismo-numeros-agosto-2025/>
- Travel BI (2025b). *Alojamento – Indicadores por município: Amarante*. Travel BI by Turismo de Portugal. Acedido em 23 de outubro de 2025, em <https://travelbi.turismodeportugal.pt/alojamento/indicadores-municipio/>
- Turismo de Portugal (2025, 8 de julho). *Análise WTTC – Turismo português continua a crescer em 2025*. Turismo de Portugal. <https://www.turismodeportugal.pt/pt/arquivo/Paginas/analise-wttc-turismo-portugues-continua-a-crescer-2025.aspx>
- UNESCO (2021). *Teaching and Learning with Living Heritage: Pilot Survey on the UNESCO ASPnet Schools in the European Union: Summary of Key Findings*. UNESCO. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000381481?posInSet=4&queryId=9f5c97bc-fc35-4488-888b-ec388dfb21cb>
- Wyatt, B. & Rossetti, G. (2024). Introduction. In Rossetti, G., Wyatt, B., & Ali-Knight, J. (Eds.). *Festivals and Edutainment* (pp.3-12). Taylor & Francis. <https://doi.org/10.4324/9781003305415>.

ANEXOS

Anexo 1: Guião de entrevista e nota informativa para os participantes

GUIÃO DE ENTREVISTA

Este estudo tem como objetivo compreender como a parceria com o Stay To Talk – Instituto de Imersão Cultural contribui para a dinamização da atividade turística, a preservação do património e o envolvimento da comunidade local, através das atividades que promovem em conjunto.

Esta entrevista insere-se no contexto de um estudo desenvolvido no âmbito do Mestrado em Turismo e Hospitalidade da Universidade Portucalense, como parte de um estágio curricular realizado no Stay To Talk – Instituto de Imersão Cultural.

Desde já, agradecemos a sua colaboração.

SOBRE O ENTREVISTADO/A

1. Pode começar por fazer uma breve apresentação do propósito e objetivos da sua entidade/empresa/atividade.
2. De que forma é que a sua entidade/empresa/atividade contribui para que mais pessoas conheçam a cultura da região, as tradições e costumes locais?

SOBRE A PARCERIA COM O STAY TO TALK

3. Desde quando são parceiros do Stay To Talk? Como surgiu esta parceria?
4. Em que tipo de iniciativas/projetos/atividades tem colaborado com o Stay To Talk?
5. Refira uma ou duas iniciativas/projetos/atividades que considera que tenham tido mais impacto.
6. Quais os principais benefícios ou vantagens de ser parceiro do Stay To Talk?

PERSPETIVAS SOBRE OS CONTRIBUTOS DA ATIVIDADE TURÍSTICA

7. Na sua perspetiva, como é que o turismo pode contribuir (ou não) para a valorização dos recursos históricos, culturais e artísticos e para o desenvolvimento da região.
8. Tem alguma sugestão de iniciativas/projetos/atividades que o Stay to Talk ou outra entidade pudessem organizar na região de forma a promover um maior envolvimento da comunidade local?
9. Em que tipo de iniciativas/projetos/atividades ligadas a área do turismo gostaria de ser convidado/a a participar no futuro?

Anexo 2: Entidades parceiras do Stay to Talk

Empresa/Organização	Âmbito da parceria
Associação para a Criação do Museu Eduardo Teixeira Pinto-Casa da Granja	Parceria para dinamização da cultura em Amarante
Golfe de Amarante	Colaboração para criar experiências complementares para visitantes e participantes das atividades do Stay To Talk.
Inside Experiences	Parceria operacional no âmbito da animação turística para criação de experiências conjuntas
Quinta da Cruz	Colaboração para criar experiências complementares para visitantes e participantes das atividades do Stay To Talk.
Quinta de Travancela	Colaboração para criar experiências complementares para visitantes e participantes das atividades do Stay To Talk.
Verde Sentido	Projeto da Associação Empresarial de Amarante e da Associação de Municípios do Douro e Tâmega, financiado ao abrigo dos Sistemas de Apoio às Ações Coletivas do Norte 2020 e da União Europeia.
Quinta de Carcavelos	Parceria para dinamização da cultura em Amarante
Quinta de Cabanas	Parceria para dinamização da cultura em Marco de Canaveses
Amarantrilhos	Parceria para dinamização da cultura em Amarante
Livraria Zé	Parceria para dinamização do turismo literário em Amarante
Des Arts Guest House	Parceria para dinamização do turismo criativo e literário em Amarante
Hotel 4615	Parceria para a dinamização do turismo cultural e criativo em Felgueiras
Grande Casa da Costa	Parceria para a dinamização do turismo cultural e criativo em Amarante

Café Bar São Gonçalo	Parceria para a dinamização do turismo cultural e criativo em Amarante
Casa da Loja	Parceria para a dinamização do turismo cultural e criativo em Marco de Canaveses
Quinta de Vila Nova	Parceria para a dinamização do turismo cultural e criativo em Lousada
Inveja Country House	Parceria para a dinamização do turismo cultural e criativo em Paços de Ferreira
Quinta de Santa Cristina	Parceria para dinamização do enoturismo com base na cultura local em Celorico de Basto
Casa da Tojeira	Parceria para a dinamização do turismo cultural e criativo em Cabeceiras de Basto
Confraria do anho assado com arroz de forno	Parceria para dinamização da cultura e da gastronomia na Região Douro Litoral
Grupo de Cantares e Danças de Santa Cruz de Riba Tâmega	Parceria para dinamização da cultura de Amarante
Hostess	Parceria para a dinamização do turismo cultural e criativo de Amarante
Casas do Telhado	Parceria para a dinamização do turismo cultural e criativo de Penafiel
Miragem do Douro	Parceria para o turismo cultural em Marco de Canaveses
Casas de Cello	Parceria para dinamização da cultura em Amarante
Casa Santa Eulália	Parceria para a dinamização do turismo cultural e criativo em Mondim de Basto.
Café e Duas de Letra	Parceria para dinamização do turismo cultural em Amarante
Casa de Vila Boa	Parceria no âmbito do turismo cultural
Constance House	Para dinamização do turismo cultural e criativo de Marco de Canaveses
Capa da Encosta	Para dinamização do turismo cultural em Amarante

Casa do Mel	Para dinamização do turismo cultural e criativo de Amarante
Casa dos Plátanos	Parceria para a dinamização do turismo cultural e criativo em Amarante
Casa do Rio	Parceria para a dinamização do turismo cultural e criativo em Marco de Canaveses
Pastelaria Estrela	Parceria para dinamização da cultura e da gastronomia em Vila Meã
Restaurante O Cais	Parceria para dinamização da cultura e da gastronomia em Vila Meã
INESCTEC	Parceria no âmbito da investigação e inovação.
Centro de Investigação Transdisciplinar Cultura Espaço e Memória (CITCEM)	Parceria que tem como intuito o desenvolvimento de uma colaboração nos domínios da investigação, informação e da formação, nos âmbitos científico, tecnológico e académico.
Centro de Estudos Africanos da Universidade do Porto	O Centro de Estudos Africanos da Universidade do Porto (CEAUP) é uma organização de investigação e cooperação multidisciplinar.
Centro de investigação em Artes e Comunicação (CIAC)	Colaboração focada na criação, comunicação e estudo das artes
Universidade Portucalense Infante D. Henrique	Parceria estabelecida tendo como intuito uma relação de intercâmbio e investigação aplicada
Organização de Estados Ibero-Americanos para a Educação a Ciência e a Cultura (OEI)	Organização de Estados Ibero-Americanos para a Educação, a Ciência e a Cultura (OEI), a maior organização multilateral de cooperação entre os países ibero-americanos de língua espanhola e portuguesa
Universidade do Minho	Parceria estabelecida tendo como intuito uma relação de intercâmbio e investigação aplicada



UNIVERSIDADE PORTUCALENSE

Declaração de Autorização de Depósito no Repositório Institucional

Nome: Ana Sofia Lezíquia Ferreira

Telf./Telm.: 9109 76921 Nº. do B.I./C.C.: 15279634

Correio eletrónico: ana.leziquiaferreira@gmail.com

Mestrado em: Turismo e Hospitalidade

Doutoramento em: _____

Título da ~~Dissertação~~/Trabalho de Projeto/Relatório de Estágio/Tese (Riscar o que não interessa): Tonjato

Social das Animações Turísticas e Empolimento da Comunidade: Casos de Study To Talk - Trabalho de Imersão Cultural

Orientador(es): Professora Doutora Mariana Queiroz e Professora Doutora Mariana Vaz

Declaro, para os devidos efeitos, que concedo gratuitamente à Universidade Portucalense Infante D. Henrique, para além da livre utilização do título e do resumo por mim disponibilizados, autorização para arquivar e tornar acessível aos interessados, nomeadamente através do seu Repositório Institucional, o trabalho supra identificado, de acordo com o seguinte estatuto (assinalar apenas uma opção):

- Disponibilização imediata do texto integral para acesso mundial.
- Disponibilização do texto integral após um período de embargo de 1 ano 2 anos 3 anos após o qual autorizo o seu acesso mundial.
- Disponibilização apenas da informação bibliográfica do trabalho (autor, título e resumo, entre outros).

Mais declaro que a subscrição da presente declaração não implica a renúncia à titularidade dos direitos de autor, os quais são pertença do subscritor desta declaração, nem ao direito de usar a obra em trabalhos futuros.

Porto, 25 de Junho de 20 2016

Assinatura: Ana Ferreira