

VISITAS B25: PERFIL DO VISITANTE E CONCLUSÕES DA EXPERIÊNCIA DE MEDIAÇÃO CULTURAL DE ARTE

Joana Eulália Marques Teixeira¹

Maria do Céu Silva Marques²

Resumo:

No âmbito da Braga 25 Capital Portuguesa da Cultura a Destino4all foi desafiada a integrar a programação com uma série de visitas guiadas que tomaram o nome de Visitas B25. A Destino4all é um projeto de animação turística inclusiva e acessível em Braga, e pela primeira vez teve uma experiência de mediação cultural de programação de arte. As visitas decorreram ao longo do ano de 2025 e eram gratuitas com inscrição obrigatória. O presente trabalho procura fazer uma análise do público que participou nestas visitas, através dos dados que foram proporcionados no formulário de inscrição e outros dados que foram solicitados nas visitas. Irá ser feita também uma análise ao trabalho efetuado no âmbito da mediação cultural e da educação informal dos projetos de arte.

Palabras Clave: turismo, perfil do visitante, Braga 25, mediação cultural, educação informal

B25 VISITS: VISITOR PROFILE AND CONCLUSIONS FROM THE EXPERIENCE IN CULTURAL MEDIATION OF ART

Abstract:

As part of Braga 25, the Portuguese Capital of Culture, Destino4all was tasked with integrating the programme with a series of guided tours called 'Visitas B25'. Destino4all is an inclusive and accessible tourism project in Braga, and this was its first experience of cultural mediation in art programming. The tours took place throughout 2025, were free of charge and required prior registration. This paper analyses the audience that participated in these tours using data from the registration form and other information collected during the tours. It will also analyse the work carried out in the field of cultural mediation and informal education of the art projects.

Keywords: tourism, visitor profile, Braga 25, cultural mediation, non-formal education

¹ Destino4all. joanateixeira@proton.me

² Destino4all. cm.ceumarques@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

O turismo cultural é hoje um dos segmentos mais dinâmicos e estratégicos da atividade turística, desempenhando um papel central na valorização dos territórios, na preservação e divulgação do património histórico e artístico, na diversificação da economia local e na promoção do diálogo intercultural. Nesse sentido, a animação turística “serve como base sustentável ao desenvolvimento de uma região, de uma instituição pública ou privada, na divulgação e afirmação de uma identidade cultural, na fixação de saberes e tradições, no desenvolvimento social das comunidades que visitam e são visitadas” (Almeida, 2003:67). Nos últimos anos, este setor tem sofrido transformações significativas, incorporando experiências imersivas, participativas e sensoriais, em resposta às novas motivações dos visitantes, que procuram não apenas observar, mas também envolver-se ativamente nos contextos culturais que visitam.

Esta evolução implica mudanças diretas para diferentes atores do turismo cultural:

- Guias e mediadores culturais: o seu papel tem-se expandido da simples divulgação de informação histórica para a facilitação de experiências interpretativas e reflexivas, mediando o contacto entre a arte, o público e o território;
- Projetos artísticos: exigem estratégias que promovam acesso e inclusão de públicos diversos, aumentando o impacto educativo e social da arte;
- Destinos turísticos: devem criar experiências diferenciadas e participativas, capazes de afirmar a singularidade do território num contexto global competitivo;
- Visitantes: são convidados a participar ativamente, refletir sobre a arte e o património, e desenvolver experiências significativas em termos culturais, sensoriais e sociais.

O presente estudo incide sobre as “Visitas B25”, realizadas ao longo de 2025 no âmbito do Programa de Mediação da Braga 25 – Capital Portuguesa da Cultura (doravante designada por Braga 25). Trata-se de um caso de análise que evidencia o papel da mediação artística como instrumento estratégico para investigar práticas emergentes no turismo cultural. O estudo não se limita a descrever a fruição da programação artística, mas procura também analisar de que forma a implementação de estratégias de mediação promove a participação ativa, a reflexão crítica e o conhecimento da história e da contemporaneidade da comunidade local.

No contexto das Visitas B25, a mediação artística é entendida como um conjunto de estratégias que facilitam a interpretação e o contacto do público com obras e exposições, promovendo aprendizagens informais, experiências sensoriais e a construção de significado pessoal. Este enquadramento permite analisar práticas emergentes de mediação cultural e refletir sobre o papel dos guias e mediadores enquanto facilitadores do diálogo entre arte, visitantes e território.

Com base neste enquadramento, o estudo define o seguinte objetivo geral:

Objetivo geral: analisar o papel da mediação cultural nas Visitas B25 enquanto contributo para a construção de experiências significativas em turismo cultural.

E os seguintes objetivos específicos:

- a. Caracterizar o perfil sociodemográfico e cultural do público participante nas Visitas B25;
- b. Identificar e descrever os locais e obras visitadas durante as visitas;

- c. Identificar e descrever as estratégias de mediação cultural implementadas;
- d. Analisar a percepção e o impacto das visitas na experiência cultural dos participantes;
- e. Refletir sobre as implicações das práticas de mediação cultural para a formação, competências e atuação dos guias-intérpretes no contexto do turismo cultural.

2. METODOLOGIA

De forma a analisar o papel da mediação cultural nas Visitas B25 optou-se pela recolha de dados, através dos formulários de inscrição e por de observação direta, com registo de notas de campo e conversas informais com os participantes. Este processo foi complementado por documentação visual, incluindo fotografias, ilustrações e vídeos captados durante as visitas, permitindo registar detalhes das interações e experiências vividas

Foram considerados diversos indicadores, incluindo o número de participantes, género, idade e residência. Também se avaliou o envolvimento e a participação ativa nas atividades, a apreciação estética das obras e exposições, a aprendizagem e a aquisição de conhecimento, a interação social entre os participantes, bem como a identificação de barreiras ou dificuldades ao longo da experiência.

Estes recursos de recolha de dados permitiram identificar padrões de interesse, interação e satisfação, e possibilitaram a organização das respostas em categorias de análise, designadamente quantitativa e qualitativa. Desta forma, tornou-se possível compreender com maior detalhe o impacto da mediação artística na experiência turística, evidenciando de que modo as práticas mediadoras contribuem para experiências mais significativas e envolventes.

3. ENQUADRAMENTO TEÓRICO

No contexto do turismo cultural, a mediação artística tem vindo a assumir um papel central na construção de experiências significativas para os visitantes. De acordo com McKercher e Du Cros (2002), o turismo cultural envolve deslocações motivadas pelo interesse em vivenciar manifestações culturais, património e artes, sendo a participação ativa dos visitantes um componente essencial para a criação de experiências memoráveis. Por sua vez, a animação turística “proporciona uma melhor forma de estar mental e afetiva, a um determinado grupo de pessoas, permitindo assim a participação num determinado conjunto de atividades que contribuam para um bom relacionamento inter-relacional” (Almeida, 2003: 63).

O turismo cultural deve também ser acessível, pois desse modo “pode proporcionar melhor competitividade às zonas turísticas culturais e oferecer uma melhor vivência dos espaços públicos para todos os consumidores” (Rodrigues et al, 2017: 478). A acessibilidade é um elemento importante em qualquer política de turismo sustentável e responsável, e um elemento que beneficia a sociedade no seu todo (World Tourism Organization & Fundación ACS, 2015).

Neste enquadramento, a mediação artística, entendida como o conjunto de estratégias e práticas que facilitam a compreensão, interpretação e envolvimento do público com obras e eventos culturais (Hein, 1998), emerge como um instrumento fundamental para aproximar os visitantes da produção artística, tornando a experiência mais inclusiva, reflexiva e participativa. Assim, as Visitas B25 podem ser interpretadas como uma prática concreta de turismo cultural em que a mediação artística desempenha um papel mediador entre o património artístico e o público, promovendo aprendizagens informais e experiências imersivas.

No âmbito da mediação artística, a literatura destaca diferentes dimensões que contribuem para a construção de experiências culturais significativas. Em primeiro lugar, a mediação como facilitadora da interpretação permite que os visitantes compreendam as obras e exposições em contextos históricos, sociais e estéticos mais amplos (Hein, 1998; Hooper-Greenhill, 2007). Esta dimensão enfatiza o papel do mediador cultural como um tradutor de conteúdos, capaz de criar pontes entre a intenção artística e a percepção do público.

Em segundo lugar, a mediação orientada para a participação ativa valoriza a interatividade e o envolvimento direto dos visitantes, promovendo aprendizagens informais e experiências imersivas. Através dessa participação ativa os visitantes descobrem mais sobre outras culturas e partilham a sua própria, o que leva a um maior entendimento das peças e desenvolvimento da tolerância, ficando satisfeitos com a experiência (McKercher & Du Cros, 2002).

Por último, a mediação inclusiva e adaptativa tem vindo a assumir particular importância no turismo cultural contemporâneo, considerando a diversidade dos públicos em termos de idade, formação, acessibilidade e familiaridade com a arte (Black, 2012; World Tourism Organization & Fundación ACS, 2015). Estratégias de mediação inclusiva procuram reduzir barreiras à fruição cultural, oferecendo múltiplos caminhos de acesso à informação e à experiência artística, garantindo que diferentes perfis de visitantes possam participar plenamente. A animação turística é uma das ferramentas para perceber a acessibilidade de um destino turístico, trabalhando de forma responsável os itinerários e recursos disponíveis (World Tourism Organization & Fundación ACS, 2015).

Neste enquadramento, as Visitas B25 ilustram a articulação destas três dimensões: a interpretação das obras, a participação ativa do público e a inclusão de diferentes perfis de visitantes. A análise do caso permite compreender de que modo estas práticas de mediação artística contribuem para a criação de experiências de turismo cultural imersivas, participativas e significativas, reforçando o papel dos guias e mediadores enquanto facilitadores do diálogo entre a arte, os visitantes e o território.

3.1 Do Contexto ao Caso de Estudo

3.1.1. Braga Cultura 2030, Braga’27 e Braga 25 – Capital Portuguesa da Cultura

No ano de 2018 foi realizado um trabalho de auscultação, mapeamento e identificação do tecido cultural do município de Braga, no âmbito da Estratégia Municipal de Cultura 2020-2030, que deu origem à marca Braga Cultura 2030 (Braga’27, 2023). O documento estratégico, elaborado e apresentado à comunidade em 2020, definiu os eixos orientadores para a promoção da cultura no território, nomeadamente: a valorização do património histórico e artístico; a promoção da participação cultural e da inclusão social; o desenvolvimento de projetos de turismo cultural e educativo; e o fortalecimento da identidade cultural local e regional (Braga’27, 2022).

Em 2021 o Município de Braga apresentou a candidatura à Capital Europeia da Cultura 2027, com a nomenclatura Braga’27 e sob o tema *Tempo de Contemplação* (Braga’27, 2022). A proposta refletia sobre a forma como a sociedade contemporânea valoriza e utiliza o tempo, questionando se este está a ser aproveitado de forma consciente e significativa. Considerando a longa história de Braga — que remonta a períodos anteriores a Cristo — e as suas dinâmicas territoriais ao longo dos séculos, o programa integrou a Eurorregião Norte de Portugal – Galiza, reforçando o carácter europeu e transfronteiriço da candidatura (Braga’27, 2022).

O processo de seleção decorreu ao longo de três anos, até 2023. Embora Évora tenha sido a cidade vencedora, as cidades finalistas — Aveiro, Braga e Ponta Delgada — foram distinguidas pelo Governo Nacional com o título de Capital Portuguesa da Cultura para os anos de 2024, 2025 e 2026, respetivamente.

A candidatura Braga'27 teve um impacto estratégico relevante na planificação cultural e turística do município, impulsionando a qualificação de infraestruturas culturais, a diversificação da programação artística e o reforço da cooperação entre diferentes agentes culturais, incluindo o município, associações culturais, instituições de ensino superior e entidades ligadas ao turismo.

Neste enquadramento, surge o projeto Braga 25 – Capital Portuguesa da Cultura, concebido como uma continuidade e consolidação do trabalho desenvolvido no âmbito da Braga'27. O projeto foi estruturado com o objetivo de aprofundar a dinamização artística, patrimonial e turística do município, criando condições estratégicas para a implementação de práticas de mediação cultural e artística inovadoras, participativas e inclusivas. A gestão da programação da Braga 25 foi assegurada pela Faz Cultura – Empresa Municipal de Cultura de Braga, E.M. (doravante designada por Faz Cultura)

3.1.2. Projeto de Mediação e Visitas B25

No âmbito da programação do Braga 25 – Capital Portuguesa da Cultura, foi desenvolvido um Programa de Mediação Cultural, integrando diversas iniciativas orientadas para a aproximação entre públicos, obras e espaços culturais. Entre essas iniciativas destacam-se as Visitas B25, com o objetivo de convidar o público a explorar projetos artísticos, exposições e intervenções distribuídas pela cidade e conduzidas pela equipa da Destino4all. Estas visitas propunham ao público uma descoberta da arte mediada por não profissionais de arte e a fruição dessas obras de arte em momentos de lazer. O lazer “oferece a possibilidade das pessoas se libertarem das fadigas físicas ou nervosas que contrariam os ritmos biológicos. Ele é o poder de recuperação, oferece a possibilidade da pessoa libertar-se do tédio quotidiano que nasce das tarefas parcelares repetitivas” (Almeida, 2003: 38).

Destino4all é um projeto de turismo inclusivo e acessível da Minho de Porta Aberta – Cooperativa Cultural e Social CRL, que atua na área da Animação Turística e integra, desde janeiro de 2020, o Laboratório de Inovação Social de Braga / Human Power Hub, com sede nas instalações do Seminário N^a.Sra. da Conceição (Braga). Tem por objeto geral o desenvolvimento de experiências de divulgação da cultura, do património e dos saberes/sabores de Braga, assente numa abordagem de responsabilidade social orientada para a promoção de boas práticas de turismo para todos.

Nos seus serviços incluem-se as visitas guiadas temáticas e as caminhadas culturais inclusivas e acessíveis. A experiência é personalizada para cada grupo, com duração ajustada, proporcionando uma viagem no tempo e na história dos lugares visitados. Sabemos que o turismo tem um papel importante na troca de conhecimentos e que a inclusão de todos no turismo é um imperativo social, como defende a Organização Mundial do Turismo (World Tourism Organization & Fundación ACS, 2015). Devido às especificidades de cada público e atendendo às formações e recursos já feitos, de momento as visitas guiadas estão preparadas para experiências com cegos e pessoas com baixa visão, seniores e mobilidade reduzida, com neurodivergentes e com famílias. É possível fazermos visitas a surdos, dependendo das necessidades desse público.

Utilizamos a prática turística como uma ferramenta de conhecimento, de promoção do bem-estar, do reforço das redes de sociabilidade e ainda de inclusão social. Para qualquer das experiências o acesso de todos é um objetivo real, uma vez que o turismo acessível é benéfico para turistas para os habitantes das cidades a longo prazo (Rodrigues et al, 2017). As experiências são desenvolvidas por duas colaboradoras da cooperativa, Maria do Céu Marques e Joana Teixeira, ambas profissionais de turismo.

A Faz Cultura entrou em contacto com este projeto e convidou à mediação das visitas B25 uma vez que a inclusão e a acessibilidade era uma preocupação presente na programação, seguindo as ideias da estratégia de cultura a nível nacional de tornar a cultura acessível a todos.

As visitas B25 foram criadas igualmente como forma de desafiar profissionais da área de turismo a falar de arte, como um desafio e provocação. Fez parte da programação da Braga 25 desafiar cidadãos a saírem da sua zona de conforto e a trabalhar conteúdos artísticos, atividades que porventura nunca teriam imaginado que conseguiriam fazer. Fora do âmbito deste artigo, as autoras participaram como formadoras no programa Porta do Lembrar, no qual não profissionais da animação turística foram desafiados a conceber visitas guiadas por Braga.

As Visitas B25 foram divulgadas em todos os meios de comunicação utilizados pela Braga 25, sem orçamento alocado, mas que garantiu uma ampla cobertura do projeto. A divulgação integrou a publicação de quatro agendas culturais trimestrais, bem como a sua inclusão nas programações oficiais da Braga 25 no website oficial. As agendas tiveram a seguinte tiragem: a de janeiro-março 10 000 exemplares, a de abril-junho 8 000 exemplares, julho-setembro 5 000 exemplares e a de outubro-dezembro 7 000 exemplares. Foi igualmente realizada através de plataformas digitais e redes sociais institucionais, nomeadamente Facebook e Instagram, onde foram partilhadas imagens das visitas, reforçando a sua visibilidade pública. Paralelamente, recorreu-se a meios de comunicação social regional e nacional, incluindo televisão (Porto Canal, com o programa N'Agenda de 21 de agosto), Correio da Manhã Rádio (no programa Bom Dia do dia 29 de agosto) e entrevistas ao Diário do Minho que foram publicadas em vídeo nas redes sociais (no programa Magazine Braga 25). Esta estratégia multicanal permitiu ampliar o alcance da iniciativa e reforçar a sua dimensão pública e participativa no contexto da cidade.

4. AS VISITAS B25

4.1. Organização Operacional

A organização das Visitas B25 distinguiu duas dimensões complementares: a dimensão estratégica e programática, assegurada pela Faz Cultura, e a dimensão operacional e executiva, coordenada pela Destino4all, garantindo eficiência e coerência ao longo de todo o processo. A preparação das visitas envolveu reuniões de coordenação entre ambas as entidades, assegurando o alinhamento entre conteúdos artísticos e estratégias de mediação.

A Faz Cultura foi responsável pelo enquadramento institucional na programação geral do Braga 25, pela articulação com curadores, artistas e responsáveis pelos espaços culturais, bem como pela definição dos projetos e dos locais a incluir nos percursos. Garantiu também o fornecimento de materiais de identificação e merchandising, a gestão da comunicação online, o contacto com voluntários e a coordenação com os transportes, sempre que necessário.

A Destino4all assumiu a coordenação operacional das visitas, organizando os percursos, revendo itinerários face a alterações de horários, obras ou condições meteorológicas, e

procedendo à preparação de conteúdos interpretativos através do estudo das obras, acompanhamento de inaugurações e recolha de informação complementar sobre os artistas. Também geriu inscrições e participantes, adaptou o discurso aos diferentes perfis de público e assegurou a logística no terreno e a acessibilidade. Após cada visita, recolheu comentários e registos fotográficos e audiovisuais, participou em entrevistas a jornais locais e contribuiu para instrumentos de investigação académica associados ao estudo.

4.2. Calendarização das visitas

Ao longo de 2025 realizaram-se 11 Visitas B25, distribuídas entre fevereiro e novembro da seguinte forma: 1 de fevereiro, 8 de março, 27 de abril, 10 de maio, 24 de maio, 14 de junho, 19 de julho, 30 de agosto, 13 de setembro, 25 de outubro e 22 de novembro.

3.3. Tipologia de locais visitados

A Braga 25 teve, entre outros objetivos, a preocupação em criar uma programação que levasse a arte e a cultura para espaços inusitados, ou seja, espaços onde habitualmente o público não se encontra com a arte, ou que não são habitualmente reconhecidos como espaços culturais ou artísticos. Assim, os locais visitados nas visitas foram heterogéneos. Os percursos incluíam espaços culturais (Museu Nogueira da Silva + GNRation + Fórum Arte Braga), espaços religiosos (Basílica dos Congregados + Igreja de Santa Cruz + Igreja de S. Lázaro + Capela de Santa Marta + Capela de Santo António + Igreja de Santa Maria Madalena), espaços urbanos exteriores (quiosques + hortas urbanas + urbanizações pós-25 de Abril), zonas comerciais (Mercado Municipal + Nova Arcada + Bragaparque + Shopping Santa Cruz) e equipamentos militares (Regimento de Cavalaria nº 6).

4.4. Os projetos visitados

Ao longo de 2025, as visitas B25 proporcionaram aos participantes contacto com uma diversidade de projetos artísticos, abrangendo exposições de artistas locais e internacionais, instalações interativas, obras imersivas e projetos com conteúdos sociais e educativos. Estes projetos fomentaram a reflexão crítica, participação ativa e envolvimento sensorial. De forma a proporcionar uma leitura mais fluída, apresenta-se a seguinte tabela com os projetos e espaços visitados:

Tabela 1: Programação das visitas B25: projetos e espaços visitados.

Data	Projetos Apresentados	Espaços Visitados
1 de fevereiro 2025	Cinex (Object of Projection) + Wishwall	GNRation + Bragaparque
8 de março 2025	Pipe Poetics	Basílica dos Congregados + Igreja de Santa Cruz + Igreja de São Lázaro
27 de abril 2025	Somos Todos Capitães + Contra-Quiosque	Regimento de Cavalaria nº 6 + Quiosque da Universidade do Minho
10 de maio 2025	Somos Todos Capitães + Contra-Quiosque	Museu Nogueira da Silva + Quiosque do Carandá + Quiosque da Praça da Justiça

24 de maio 2025	Somos Todos Capitães + Contra-Quiosque + Cinex (Still Moving Inside Me)	Fórum Arte Braga + Quiosque do Largo do Pópulo + GNRation
14 de junho 2025	Desejar + Contra-Quiosque	Mercado Municipal de Braga + Quiosque do Largo Paulo Orósio
19 de julho 2025	Forma da Vizinhança + Festival Extremo	Urbanização da Quinta da Capela + Capela de Santa Marta + Capela de Santo António + Igreja de Santa Maria Madalena
30 de agosto 2025	Forma da Vizinhança + Wishwall	Urbanização das Parretas + Horta Urbana de São Vicente + Nova Arcada
13 de setembro 2025	Forma da Vizinhança + Wishwall	Horta Urbana das Lameiras + Nova Arcada
25 outubro 2025	Forma da Vizinhança + Cinex (Los Cuerpos que Nos Despedimos)	Urbanização da Makro + Urbanização do Fujacal + GNRation
22 novembro 2025	O que fazemos com isto? + Cinex (Los Cuerpos que Nos Despedimos) + Wishwall	GNRation + Nova Arcada

Fonte: Elaboração Própria

4.5. Descrição dos Projetos

Object of Projection (Kim Gordon): retrospectiva com instalações performáticas em vídeo, explorando arte conceptual e performativa, centrada na relação entre corpo, imagem e performance.

Still Moving Inside Me (Tatiana Macedo): instalação vídeo multicanal que questiona fronteiras entre fotografia, cinema e performance, explorando a perceção do movimento e da imagem em diferentes suportes.

Wishwall (Moradavaga): mural interativo de desejos, promovendo participação comunitária, através da inscrição pública de narrativas pessoais no espaço urbano.

Pipe Poetics: composição musical para órgãos de tubos históricos, cruzando património e experimentação contemporânea, ativando o património organístico através da criação sonora contemporânea.

Somos Todos Capitães: exposição sobre os 50 anos da Revolução de 25 de Abril, articulando obras históricas e novas criações, promovendo leitura crítica da memória coletiva e da democracia.

Contra-Quiosque: reabilitação de quiosques em desuso como dispositivos expositivos, refletindo histórias da cidade, reconvertendo estruturas urbanas em espaços de mediação artística.

Desejar: festival-laboratório participativo, envolvendo artistas e comunidade, promovendo experiências colaborativas, centrado na cocriação e na expressão coletiva de desejos e narrativas pessoais no espaço público.

Forma da Vizinhança: instalações arquitetônicas temporárias, refletindo sobre modos de habitar e relações comunitárias, explorando novas formas de convivência e apropriação do espaço urbano.

Festival Extremo: percurso artístico de música e performances, integrando espaços religiosos e naturais, criando diálogos entre paisagem, espiritualidade e criação artística contemporânea.

O que fazemos com isto?: projeto educativo e participativo com criação de objetos artísticos coletivos, focado em processos de aprendizagem informal e construção colaborativa de significados culturais.

Shopyard: intervenções artísticas em centros comerciais subutilizados, explorando futuros possíveis para estes espaços, através da reinterpretação crítica do consumo, da reutilização do espaço comercial e da sua transformação em dispositivo cultural temporário.

4.6. Atividades realizadas

Durante as visitas, os participantes envolveram-se em debates sobre obras e conceitos artísticos, realizaram exercícios sensoriais e observaram pormenores patrimoniais, bem como interagiram com as obras e participaram em dinâmicas colaborativas. A participação do público numa visita guiada ou atividade turística é tida como cada vez mais relevante (Black, 2012; McKercher & Du Cros, 2002), o que também temos vindo a verificar na nossa atividade desde há alguns anos. O trabalho de mediação cultural aplicado assegurou que cada obra fosse contextualizada no seu espaço, promovendo a compreensão, o diálogo e o envolvimento ativo, consolidando a experiência sensorial, interpretativa e educativa dos participantes, o que vai de encontro às palavras de Almeida (2003: 65): “quem elabora os programas de animação deve procurar sempre dar um carácter educativo aos mesmos, por forma a garantir, a quem pretende participar, um determinado conjunto de vantagens e saberes, só possíveis de alcançar através da participação”.

4.7. Estratégias de mediação

A mediação cultural adotou uma abordagem flexível e dialogante, adaptando a linguagem e o ritmo às características específicas de cada grupo e reservando tempo para que os participantes pudessem observar as obras ao seu próprio ritmo e de acordo com os seus interesses. Foram disponibilizados textos e fotografias impressos dos artistas, assim como referências a outras obras por eles realizadas, facilitando a contextualização artística. O uso de perguntas abertas e a valorização das interpretações individuais permitiram estimular o diálogo e a reflexão crítica. Sempre que possível, a equipa assistiu às inaugurações oficiais das exposições e obras, garantindo uma preparação mais aprofundada e um conhecimento direto dos contextos curatoriais e artísticos. Esta abordagem promoveu a escuta ativa, reconheceu a diversidade como uma riqueza e incentivou a construção coletiva de significados, assegurando uma experiência acessível, envolvente e significativa para todos os participantes.

5. ANÁLISE DE RESULTADOS

O presente estudo adotou uma abordagem mista, integrando análises quantitativas e qualitativas, com o objetivo de compreender de forma mensurável as práticas de mediação cultural desenvolvidas nas Visitas B25, a percepção dos participantes e as implicações da formação e atuação dos guias-intérpretes.

5.1. Resultados gerais – Braga’25

O projeto Braga 25 decorreu entre 25 de janeiro e 28 de dezembro de 2025, consolidando-se como uma estratégia de promoção cultural, educativa e turística, com impacto local, regional e nacional. Foi organizado e coordenado pelo Município de Braga, através da Faz Cultura.

Até outubro de 2025, o programa Braga 25 apresentou os seguintes números:

- 1155 atividades realizadas;
- 1,5 milhões de espectadores;
- 720 atividades com acessibilidade para diferentes necessidades específicas;
- 253 espetáculos e 95 exposições.
- Artistas Envolvidos:
 - 49% locais;
 - 32% nacionais;
 - 19% internacionais.

Este panorama evidencia a dimensão e diversidade da programação, bem como o compromisso com a acessibilidade, inclusão e promoção de artistas de diferentes proveniências, estabelecendo um contexto rico para a implementação das Visitas B25.

5.2. Resultados do programa de mediação – Visitas B25

5.2.1 Análise Quantitativa

A análise quantitativa baseou-se nos dados fornecidos pelos participantes nos formulários de inscrição e em informações recolhidas durante as visitas. No ato de inscrição solicitava-se o nome, idade, e-mail e telemóvel. Aquando das visitas foram colocadas questões aos participantes sobre o local de residência, experiência prévia em arte contemporânea e necessidades específicas de acessibilidade. O objetivo foi caracterizar padrões de participação e perfil demográfico dos visitantes das Visitas B25. Assim, serão analisados o número de participantes, a idade e o local de residência nesta análise quantitativa (tabela 2).

Tabela 2: Número de Participantes nas Visitas B25

Data	Número de Participantes
1 de fevereiro 2025	11
8 de março 2025	14
27 de abril 2025	4
10 de maio 2025	12

24 de maio 2025	11
14 de junho 2025	3
19 de julho 2025	11
30 de agosto 2025	3
13 de setembro 2025	5
25 outubro 2025	15
22 novembro 2025	12
Total:	100

Fonte: Elaboração Própria

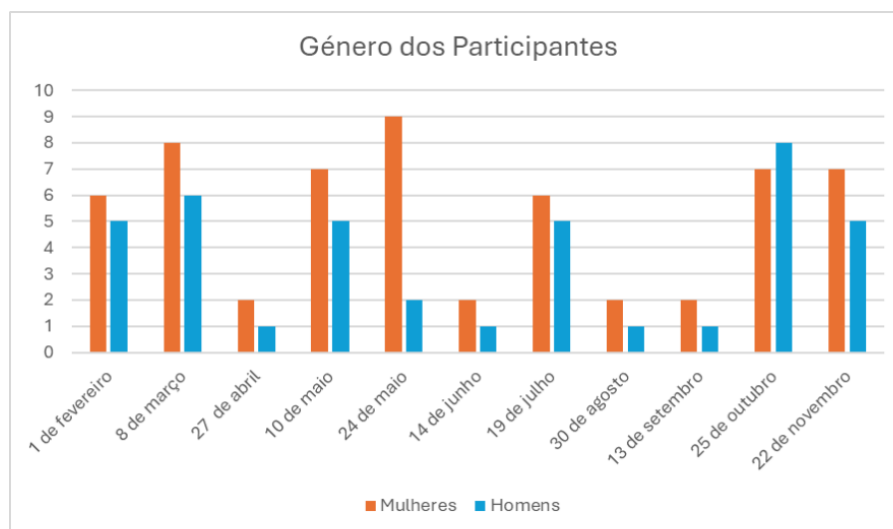
Tendo em conta os dados fornecidos no ato de inscrição, conseguimos perceber que alguns dos participantes repetiram visitas. Temos registo de que 6 pessoas participaram em 2 visitas guiadas e 1 pessoa participou em 3 visitas guiadas.

Tabela 3: Participantes nas Visitas B25 por género.

Data Visita	Mulheres	Homens
1 de fevereiro	6	5
8 de março	8	6
27 de abril	2	2
10 de maio	7	5
24 de maio	7	5
14 de junho	2	1
19 de julho	6	5
30 de agosto	2	1
13 de setembro	2	1
25 de outubro	7	8
22 de novembro	7	5
Total	55	44

Fonte: elaboração própria

Figura 1: Participantes nas Visitas B25 por género.



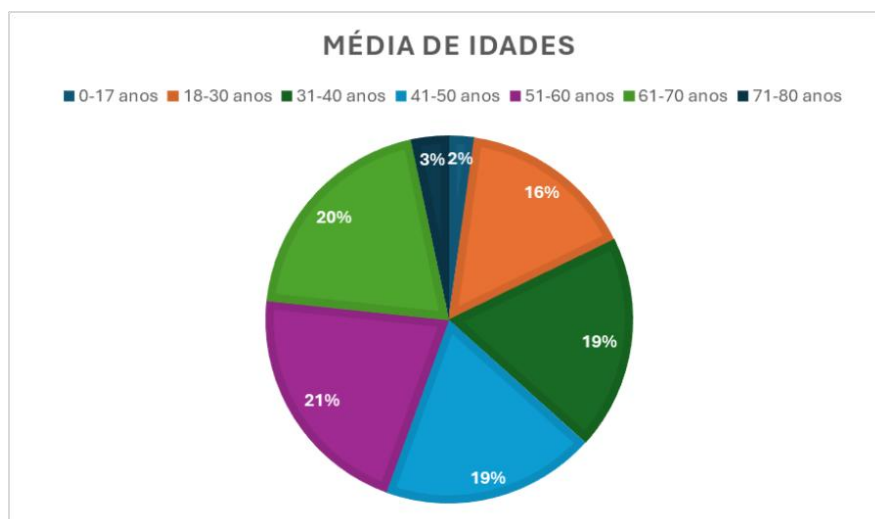
Fonte: Elaboração Própria

Tabela 4: Idades dos Participantes nas Visitas B25.

Data Visita	0-17 anos	18-30 anos	31-40 anos	41-50 anos	51-60 anos	61-70 anos	71-80 anos	Total pessoas
1 de fevereiro	0	2	2	3	2	0	0	9
8 de março	1	5	2	0	2	2	0	12
27 de abril	0	0	0	2	1	0	0	3
10 de maio	0	0	2	0	1	8	1	12
24 de maio	1	4	2	0	2	2	0	11
14 de junho	0	2	0	0	1	0	0	3
19 de julho	0	0	1	4	2	0	1	8
30 de agosto	0	0	2	1	0	0	0	3
13 de setembro	0	0	2	1	0	1	0	4
25 de outubro	0	1	3	4	4	2	1	15
22 de novembro	0	0	3	2	5	2	0	12
Total	2	14	17	17	19	18	3	92

Fonte: Elaboração Própria

Figura 2: Idades dos Participantes nas Visitas B25.



Fonte: Elaboração Própria

No início das visitas os participantes foram questionados sobre a cidade de residência. A grande maioria dos participantes residia em Braga, nomeadamente 75 participantes. Fora de Braga, recebemos 8 residentes de Lisboa, 5 pessoas de Palmela, 2 pessoas de Póvoa de Lanhoso, 1 pessoa de Vila Nova de Gaia, 1 pessoa de Vilar do Pinheiro, 1 pessoa de Fafe, 1 pessoa de Viana do Castelo, 1 pessoa de Lamego, 1 pessoa residente em Brito e 1 pessoa residente no México.

Os participantes não foram questionados relativamente à nacionalidade; contudo, quando perguntávamos o local de residência, os participantes que não eram portugueses faziam questão de explicar que vivem num lugar, mas que a nacionalidade é outra. Assim sendo, este dado também foi identificado. Portanto, para além de portugueses, recebemos 8 pessoas do Brasil, 2 pessoas do México e 1 pessoa dos Estados Unidos. O número de brasileiros participantes surpreende por ser residual, tendo em conta que é a nacionalidade estrangeira com maior representatividade em Portugal (Rattner, 2025).

Nenhum dos participantes apresentou no momento da inscrição necessidades específicas.

Nos formulários de inscrição havia também um espaço para notas. Em duas visitas guiadas foram registadas observações por parte dos participantes. Na visita de 8 de março, do projeto Pipe Poetics, 2 dos participantes escreveram que eram estudantes de música (flauta transversal e piano) e na visita de 24 de maio 4 dos participantes deixaram registado fazerem parte da Geração B25+.

A geração B25+ trata-se de um grupo de 30 jovens que nasceu no âmbito da candidatura de Braga a Capital Europeia da Cultura 2027. Posteriormente, reconfigurou-se como Geração B25+, contribuindo para o desenvolvimento da Capital Portuguesa da Cultura 2025. Representou o olhar e a voz de uma geração mobilizada pela transformação através da cultura. Participou em sessões de auscultação e capacitação em várias áreas do setor cultural, desenvolveu projetos próprios, como o minidocumentário InterAgir, e integrou os conselhos consultivos da Braga'27 e da Braga 25, colaborando ainda na divulgação e apoio às iniciativas do programa (Braga 25, 2025). Na visita em que a Geração B25+ participou, os 4 jovens levaram material para proceder à captação de vídeo para o documentário.

Devido às notas dos estudantes de música, acabámos por adaptar o conteúdo da visita, com uma das guias a falar de teoria musical e do órgão de uma forma mais aprofundada, uma vez que a própria já estudou música no passado, e a outra guia a adaptar o conteúdo para não músicos.

Com base nos dados recolhidos através dos formulários de inscrição e da observação realizada ao longo das Visitas B25, procede-se de seguida à apresentação dos principais resultados da análise quantitativa, de forma a caracterizar o perfil dos participantes e a sua distribuição ao longo da programação de 2025.

- Participaram **100 pessoas** ao longo de 2025, distribuídas por **11 visitas** realizadas entre fevereiro e novembro. A média de participantes por visita foi de cerca de **9 pessoas**. As visitas com maior adesão ocorreram a **8 de março (14 participantes)** e a **25 de outubro (15 participantes)**;
- A faixa etária com maior número de visitas foi a dos **51-60 anos (19 visitas)**, enquanto as faixas com menor adesão foram **0-17 anos (2 visitas)** e **71-80 anos (3 visitas)** (tabela 4, figura 1-2);
- O número de participantes **do sexo feminino foi superior ao masculino**, evidenciando uma maior adesão por parte das mulheres às Visitas B25;
- **Cidade de residência/nº participantes:** Braga (75), Lisboa (8), Palmela (5), Póvoa de Lanhoso (2), Vila Nova de Gaia (1), Vilar do Pinheiro (1), Fafe (1), Viana do Castelo (1), Lamego (1), Brito (1) e 1 pessoa residente no México;
- **Nacionalidades:** para além de portugueses, recebemos 8 pessoas do Brasil, 2 pessoas do México e 1 pessoa dos Estados Unidos;
- O número de brasileiros surpreende por ser residual, tendo em conta que Braga é a cidade onde encontramos a maior comunidade de brasileiros em Portugal, com 7774 habitantes no concelho (Gomes, 2022).

Figura 3: Visita B25 de 25 de outubro.



Fonte: Braga 25

Figura 4: Visita B25 de 14 de junho.



Fonte: Braga 25

5.2.2. *Análise Qualitativa*

A análise qualitativa centrou-se na observação direta, no registo de notas e na conversação informal com os participantes, complementada por fotografias e vídeos. O objetivo foi compreender como os visitantes reagiram às obras, interagiram com os guias e experienciaram os espaços expositivos. Deu-se espaço para o diálogo e para a interação individual e coletiva com as obras, seguindo os ideais de Black (2012) no que toca às visitas em museu: deixar os visitantes com liberdade para falar, especular, debater, colaborar e concluir. Foram considerados diversos indicadores, incluindo comportamentos, comentários espontâneos, participação em atividades interativas, concentração, interação entre participantes e respostas a conteúdos desafiantes. Estes dados permitiram categorizar as reações em temas como envolvimento emocional, participação ativa, apreciação estética, construção coletiva de significados e identificação de barreiras ou dificuldades.

Principais indicadores observados:

- Envolvimento emocional e participação ativa

Os participantes aproximaram-se das obras, exploraram instalações interativas e manipularam materiais sensoriais sempre que permitido, demonstrando curiosidade e interesse. No Wishwall, por exemplo, os participantes escreveram desejos coletivos, o que inspirou contribuições adicionais de visitantes externos à visita. Observou-se também atenção sustentada junto de obras mais complexas, com diálogo entre participantes, evidenciando aprendizagem social e construção de significados partilhados, num processo de aprendizagem partilhada e de criação de identidade, como defende Hooper-Greenhill (2007) que a educação deve ser feita nos nossos dias.

- Reações espontâneas e comentários

Foram registadas expressões de surpresa, fascínio, ligação emocional, humor e curiosidade. Alguns exemplos incluem: “*Nunca tinha visto algo assim*”, “*É interessante*”, “*Gostava de levar esta obra comigo*”, “*Consegue mexer comigo, não sei bem porquê*”, e “*Fiquei a rir com*

a forma como está feito”. Estas reações evidenciam diferentes níveis de *engagement*, tão defendido por Black (2012) na mediação cultural, relativamente à relação dos visitantes com as obras e à diversidade de experiências estéticas proporcionadas.

- Adaptação a diferentes perfis de público

Algumas visitas contaram com participantes com mobilidade reduzida ou necessidades específicas de acessibilidade visual ou auditiva. Estratégias como percursos acessíveis, explicações detalhadas e materiais complementares garantiram a participação plena de todos, promovendo inclusão e envolvimento cognitivo e emocional. A nível de conteúdo, adaptámos a visita de 8 de março devido a notas no formulário de inscrição que nos indicava a presença de dois estudantes de música, com uma das guias a falar de teoria de música e do órgão de uma forma mais aprofundada e a outra guia a adaptar o conteúdo para não músicos.

- Situações imprevistas e adaptações

Alterações de espaço devido a obras ou manutenção, condições meteorológicas ou atrasos dos participantes foram geridas com ajustes nos percursos e horários, assegurando coerência e continuidade da experiência. Em dias de chuva, as visitas foram redirecionadas para espaços cobertos ou reorganizadas, mantendo a participação ativa e o *engagement* sensorial.

- Aprendizagem, descoberta pessoal e interação social

Hooper-Greenhill (2007) assinala que a aprendizagem não é apenas uma acumulação de factos e informações, mas também um processo de crescimento pessoal. Os participantes frequentemente verbalizaram aprendizagens ou descobertas sobre arte, património ou práticas culturais. Foram observadas conversas entre visitantes sobre a interpretação de obras e estratégias curatoriais, revelando construção coletiva de conhecimento. Obras mais desafiantes, que provocavam reflexão crítica ou ética, geraram diálogos mais profundos e interesse sustentado. Considera-se que as visitas proporcionaram também crescimento pessoal em cada indivíduo. Black (2012) reconhece que a sociedade ocidental dos nossos dias deve quebrar barreiras entre a educação formal e a informal, e que a cultura é um elemento essencial na construção de identidades.

- Participação sensorial e imersiva

Instalações interativas permitiram explorar sentidos como visão, tato e audição, aumentando o *engagement* e proporcionando experiências estéticas mais profundas, especialmente valorizadas por visitantes sem experiência prévia em arte contemporânea.

- Documentação e registo das experiências

Comentários, fotografias, ilustrações e vídeos registados durante as visitas complementaram a observação qualitativa, permitindo identificar padrões de interesse, interação e satisfação, e categorizar reações em temas como envolvimento emocional, participação ativa, apreciação estética, aprendizagem, interação social e barreiras ou dificuldades.

Figura 5: ilustração feita por i.lus.tra.me na visita de 25 de outubro.



Fonte: elaboração própria.

Figura 6: fotografia da visita B25 feita pela visitante Mariana.



Fonte: Mariana Santiago.

A análise revelou que as visitas, mediadas de forma adaptativa e inclusiva, proporcionaram experiências culturalmente significativas e participativas. A integração de observação direta,

comentários dos participantes, registos visuais e análise de situações imprevistas permitiu compreender não apenas o impacto das visitas, mas também os mecanismos que favorecem a fruição estética, a aprendizagem cultural e a construção coletiva de significados. As visitas promoveram, assim, uma relação mais próxima entre públicos, obras e espaços urbanos, reforçando o papel da mediação cultural como ferramenta de inclusão, engajamento e experiência educativa.

- **Envolvimento e participação ativa:** Os participantes demonstraram curiosidade e interesse ao aproximarem-se das obras, explorarem instalações interativas e manipularem materiais sensoriais sempre que permitido, como no projeto *Wishwall*, mantendo atenção sustentada junto de obras mais complexas que provocavam reflexão e diálogo entre si.
- **Reações e aprendizagem:** Foram registadas expressões espontâneas de surpresa, fascínio, humor e ligação emocional. Alguns comentários exemplificam estas reações: “Nunca tinha visto algo assim”, “É interessante”, “Gostava de levar esta obra comigo”, “Consegue mexer comigo, não sei bem porquê” e “Fiquei a rir com a forma como está feito”. Os participantes também verbalizaram aprendizagens ou descobertas sobre arte, património e práticas culturais, gerando diálogos mais profundos em torno de obras mais desafiantes.
- **Experiência sensorial e imersiva:** As instalações permitiram explorar sentidos como visão, tato e audição, aumentando o envolvimento e proporcionando experiências significativas, especialmente para aqueles sem contacto prévio com arte contemporânea.
- **Notas nos formulários de inscrição:** Em duas visitas guiadas recebemos notas por parte dos participantes. Na visita de 8 de março, do projeto *Pipe Poetics*, 2 dos participantes escreveram que eram estudantes de música (flauta transversal e piano) e na visita de 24 de maio 4 dos participantes deixaram registado fazerem parte da Geração B25+.
- **Exemplo da adaptação do conteúdo da visita:** com uma das guias a falar de teoria de música e do órgão de uma forma mais aprofundada, uma vez que a própria já estudou música no passado, e a outra guia a adaptar o conteúdo para não artistas musicais.
- **A Geração B25+:** trata-se de um grupo de 30 jovens que representou o olhar e a voz de uma geração mobilizada pela transformação através da cultura. Participou em sessões de auscultação e capacitação em várias áreas do setor cultural, desenvolveu projetos próprios, como o minidocumentário *InterAgir*, e integrou os conselhos consultivos da Braga'27 e da Braga 25, colaborando ainda na divulgação e apoio às iniciativas do programa. Na visita de 24 de maio, os jovens levaram material de captação de vídeo para a produção do documentário.
- **Adaptação a diferentes perfis de público:** Estratégias como percursos acessíveis, explicações detalhadas e materiais complementares garantiram a participação plena de todos, promovendo inclusão e envolvimento cognitivo e emocional. Também foi feita adaptação de conteúdos, nomeadamente no caso dos estudantes de música.
- **Situações imprevistas e adaptações:** Alterações de espaço devido a obras ou manutenção, condições meteorológicas ou atrasos dos participantes foram geridas com ajustes nos percursos e horários, assegurando coerência e continuidade da experiência.

Em dias de chuva, as visitas foram redirecionadas para espaços cobertos ou reorganizadas, mantendo a coerência do percurso e a continuidade da experiência.

6. CONCLUSÃO

As Visitas B25 constituem um caso emblemático de integração da mediação cultural no turismo cultural, demonstrando que esta prática vai muito além da simples transmissão de informação sobre obras ou espaços. A mediação revelou-se um instrumento central para a criação de experiências participativas e inclusivas, capazes de estimular reflexão crítica, sensibilização estética e construção ativa de significado pelos visitantes. A análise do público evidenciou a diversidade de perfis — em termos de idade, experiência prévia com arte contemporânea, proveniência geográfica e necessidades específicas — reforçando a importância de estratégias adaptativas e da flexibilidade dos mediadores culturais.

A formação sólida destes mediadores, que combina conhecimento artístico, histórico e patrimonial com competências na condução de grupos heterogêneos, mostrou-se determinante para o sucesso das visitas. Estratégias como a contextualização das obras, debates orientados, atividades interativas e atenção à acessibilidade permitiram a participação plena de todos os públicos, incluindo visitantes com mobilidade reduzida ou necessidades sensoriais. Experiências como o Wishwall e o projeto Pipe Poetics ilustram como a mediação cultural pode potenciar simultaneamente a experiência estética, a participação ativa e a aprendizagem coletiva, promovendo interação social e construção partilhada de significados.

O impacto local destas visitas revelou-se particularmente significativo. As Visitas B25 contribuíram para reforçar a relação da comunidade com o património urbano e cultural de Braga, promovendo a fruição de espaços históricos, religiosos e urbanos de forma inclusiva e participativa. Ao envolver diretamente residentes, escolas, associações culturais e artistas locais, estas visitas consolidaram o sentido de pertença à cidade, incentivaram a participação cidadã e reforçaram a valorização dos equipamentos culturais e das zonas urbanas de Braga, transformando cada percurso num momento educativo, sensorial e socialmente relevante.

Para além do impacto local, as Visitas B25 demonstram o potencial de expansão destas práticas no trabalho dos guias-intérpretes e no turismo cultural em geral. Braga 25, enquanto programa de relevância local, nacional e internacional, reforça o papel da mediação cultural na valorização do património, na promoção de artistas locais e internacionais e na consolidação de experiências culturais de alto impacto. O projeto colocou Braga no mapa cultural europeu, atraindo visitantes e artistas de diferentes países, promovendo o intercâmbio cultural e contribuindo para a projeção da cidade e de Portugal como referência em inovação artística e mediação cultural.

A experiência das Visitas B25 permite ainda identificar orientações estratégicas para o desenvolvimento futuro da mediação cultural no turismo. A expansão destas práticas deve incluir contextos urbanos, patrimoniais e naturais, bem como exposições temporárias, promovendo experiências diversificadas e adaptadas a distintos públicos, contemplando diferentes faixas etárias e promovendo a inclusão intergeracional. A formação contínua de mediadores culturais é essencial, combinando conhecimento artístico e histórico com técnicas de comunicação e condução de grupos diversificados, garantindo acessibilidade e capacidade de resposta a públicos heterogêneos. Paralelamente, a integração de recursos digitais e tecnológicos, como audioguias, aplicações interativas, realidade aumentada ou plataformas

digitais, pode complementar a mediação presencial, aumentando o alcance, a acessibilidade e a diversidade de experiências, sem comprometer a fruição sensorial e reflexiva.

A investigação e avaliação contínua das visitas, através de estudos longitudinais e análise do impacto sobre a perceção do património e da arte contemporânea, permite identificar boas práticas replicáveis e fortalecer a base empírica para decisões futuras. O envolvimento da comunidade e parcerias culturais, incluindo escolas, associações, organizações sociais e a participação de artistas locais e internacionais, reforça o impacto educativo das visitas, promovendo diálogo direto entre criador e visitante. Por fim, a integração da mediação cultural em políticas culturais e de turismo sustentável consolida o turismo inclusivo e participativo como instrumento de democratização do acesso à arte, valorização do património e promoção da cidadania cultural.

Em síntese, as Visitas B25 evidenciam o potencial da mediação cultural enquanto instrumento pedagógico, inclusivo e culturalmente relevante, oferecendo um modelo adaptável e replicável em múltiplos contextos turísticos e culturais. Braga 25 confirma-se como referência local, nacional e internacional, demonstrando que a conjugação de mediação, acessibilidade e participação ativa promove experiências estéticas, educativas e socialmente enriquecedoras, reforçando o vínculo da comunidade com o património e projetando Braga e Portugal no panorama europeu da cultura contemporânea.

As **Visitas B25** demonstraram como a mediação cultural transforma o turismo em experiências participativas, inclusivas e sensoriais

- A mediação revelou-se um instrumento central para a criação de **experiências participativas e inclusivas**, capazes de estimular reflexão crítica, sensibilização estética e construção ativa de significado pelos visitantes
- As **Visitas B25** contribuíram para reforçar a relação da comunidade com o património urbano e cultural de Braga, promovendo a fruição de espaços históricos, religiosos e urbanos de forma inclusiva e participativa
- Promoveram a **valorização de artistas** e construção coletiva de significados
- O projeto projeta Braga nacional e internacionalmente, reforçando turismo cultural de alto impacto e **democratização do acesso à arte**
- Em síntese, as visitas guiadas atraíram principalmente residentes locais, mas também participantes de **diversas cidades e nacionalidades**, evidenciando um perfil variado e permitindo adaptações do conteúdo às especificidades dos participantes
- Para além do impacto local, as Visitas B25 demonstram o potencial de expansão destas práticas no **trabalho dos guias-intérpretes e no turismo cultural em geral**

Em síntese, as Visitas B25 demonstram o potencial da mediação cultural enquanto prática pedagógica, inclusiva e transformadora, configurando um modelo replicável em diferentes contextos turísticos e culturais. Braga 25 afirma-se assim como referência nacional e internacional, evidenciando que a articulação entre mediação, acessibilidade e participação ativa potencia experiências culturais significativas e reforça a cultura como um processo vivo de construção coletiva de sentido.

BIBLIOGRAFIA

- Almeida, P. A Contribuição da Animação Turística para o Aumento das Taxas de Ocupação de uma Região. Tese de Mestrado, Universidade de Aveiro, 2003.
- Black, G. (2012). *Transforming museums in the twenty-first century*. London: Routledge.
- Braga 25. (2025, 28 de novembro). A 19 de novembro, juntámos a geração B25+ para um encontro final. *Braga 25*. <https://www.facebook.com/braga25cpc/posts/a-19-de-novembro-junt%C3%A1mos-a-gera%C3%A7%C3%A3o-b25-para-um-encontro-final-este-grupo-que-na/1254088936765920/>
- Braga'27. (2022). *Tempo de Contemplação*. Braga'27. Capital Europeia da Cultura. Cidade Candidata. https://braga27.pt/wp-content/uploads/2023/06/braga27-bidbook2_digital.pdf
- Braga'27. (2023). O que estamos a fazer? *Braga'27*. Capital Europeia da Cultura. Cidade Candidata. <https://braga27.pt/apresentacao/#fizemos>
- Gomes, J. (2022). Braga – o concelho português com mais brasileiros. *Correio do Minho*. <https://correiodominho.pt/cronicas/braga-o-concelho-portugues-com-mais-brasileiros/14460>
- Hein, G. E. (1998). *Learning in the museum*. London: Routledge.
- Hooper-Greenhill, E. (2007). *Museums and education: Purpose, pedagogy, performance*. London: Routledge.
- McKercher, B., & Du Cros, H. (2002). *Cultural Tourism: the partnership between tourism and cultural heritage management*. New York: Haworth Hospitality Press.
- Rattner, J. (2025). Número Oficial de Brasileiros em Portugal Cresce 31,4% em 2024. *Público Brasil*. <https://www.publico.pt/2025/10/17/publico-brasil/noticia/numero-oficial-brasileiros-portugal-cresce-314-2024-2151263>
- Rodrigues, A., Rosa, M. & Rebelo, E. (2017). Turismo Cultural Acessível na Região do Algarve, Um Caso de Estudo. *International Journal of Scientific Management and Tourism*, 2017, Vol. 3 Nº 2 pp 459-482.
- World Tourism Organization & Fundación ACS. (2015). *Manual on Accessible Tourism for All – Public-Private Partnerships and Good Practices*, UNWTO, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284416585>