

Os **Trilhos Pedestres** como uma Actividade de Lazer, Recreio e Turismo – Uma Análise Exploratória ao **Mercado dos Trilhos Pedestres** em Portugal

ÁUREA RODRIGUES * [aorodrigues@ispgaya.pt]

Resumo | O pedestrianismo tem vindo a ganhar um grande relevo como actividade de lazer e de turismo em muitos países. Portugal possui muitos recursos que permitem a prática desta actividade, no entanto, o país ainda não descobriu o potencial turístico do pedestrianismo. O presente artigo discute o potencial dos trilhos pedestres como uma infra-estrutura turística que pode ser desenvolvida com o intuito de contribuir, de uma forma sustentável, para o desenvolvimento do turismo em áreas rurais de Portugal. Para se desenhar trilhos com capacidade de atrair visitantes torna-se necessário conhecer os desejos e necessidades do mercado, tanto a nível dos praticantes como dos “não praticantes” para se poder converter este grupo em “pedestrianistas”. Este estudo de âmbito exploratório apresenta os resultados de uma análise efectuada ao perfil dos pedestrianistas portugueses, pedestrianistas de outras nacionalidades e de “não pedestrianistas” portugueses. Comparando pedestrianistas portugueses com pedestrianistas estrangeiros, notam-se algumas diferenças significativas ao nível do comportamento e atitude ambiental e no contexto de férias. A comparação dos pedestrianistas ainda com um grupo de portugueses que não costumam caminhar na natureza, permite compreender diferenças de comportamento e atitudes que possam originar a falta de interesse por trilhos pedestres neste último grupo, e, simultaneamente, identificar variáveis que possam converter também este grupo em pedestrianistas. Pretende-se, com isso, dar um contributo para promover os trilhos pedestres enquanto infra-estruturas turísticas e apoiar uma gestão sustentável dos mesmos, baseada na capacidade de adaptação às preferências e aos receios de cada grupo.

Palavras-chave | Pedestrianismo, Análise de Mercado, Turismo Sustentável.

* **Mestre em Gestão e Desenvolvimento em Turismo** pela Universidade de Aveiro e **Docente** no Instituto Superior Politécnico de Gaya.

1. Introdução

O turismo assume, em Portugal, um papel bastante importante na economia nacional. No entanto, a importância deste sector não se revela apenas no âmbito económico mas também na vertente social, cultural e ambiental, o nível da atenuação dos desequilíbrios regionais de desenvolvimento, valorização do património cultural, protecção do meio ambiente e optimização do impacte social na concretização da melhoria da qualidade de vida, visando um desenvolvimento sustentável do destino.

O turismo é uma actividade que se encontra bastante desenvolvida em áreas litorais do país, como por exemplo, no Algarve, mas no interior do país ainda está negligenciado tanto a nível dos turistas como a nível dos planeadores de turismo. Uma actividade que pode contribuir para a atracção de turistas e que pode possibilitar a fixação de visitantes no interior do país é o pedestrianismo. O trilho pedestre é uma infra-estrutura com custos baixos de implementação.

Do ponto de vista das áreas de destino, o interesse pelo turismo de passeio pedestre é grande porque são muitos os territórios com natureza selvagem e rurais potencialmente abrangidos e porque esta forma de turismo pode inserir-se plenamente numa estratégia de desenvolvimento sustentável. O desenvolvimento sustentável do turismo pode ser pensado como "um encontro entre as necessidades presentes do turista e das regiões hospedeiras, ao mesmo tempo que protege e providencia oportunidades para o futuro, ..., de tal maneira que se podem preencher necessidades económicas, sociais e estéticas, enquanto se mantém a identidade cultural, os processos ecológicos essenciais, a diversidade biológica e os sistemas de suporte de vida" (Inskeep, 1991). A indústria turística tem interesse em assumir um papel pró-activo a nível do desenvolvimento sustentável, assegurando a preservação e valorização dos recursos naturais, porque depende destes últimos como oferta primária (Archer e Cooper, 1994).

Existem alguns estudos que apontam para a relevância deste elemento da oferta em Portugal (Rodrigues e Marinho, 1999; Kastenholz, 2002), verificando-se que existe um mercado nacional potencial, mas que apresenta alguns constrangimentos que necessitam ser identificados.

Um dos poucos pontos de acordo na literatura da especialidade parece ser o facto de os mercados de turismo de natureza estarem entre os de crescimento mais rápido (Laarman e Dust 1993; Parker, 1993 citado por Wight, 1996). Os ambientalistas, o sector das viagens e os turistas em geral estão interessados em produtos que são ambientalmente sensíveis ou benéficos (Cook, Stewart e Repas 1992 citado por Wight, 1996; Wight, 2001). Quando se analisa a mudança das preferências dos turistas, confirma-se que o mercado potencial do turismo de natureza é significativo.

O sucesso dos trilhos pedestres depende da capacidade de resposta às necessidades e preferências dos visitantes actuais e potenciais. Esta capacidade de resposta, por sua vez, depende do conhecimento dos motivos que levam este mercado a viajar, o que implica a compreensão do comportamento dos turistas e das razões das suas decisões.

Com este artigo pretendemos fornecer um contributo para a compreensão do fenómeno do pedestrianismo em Portugal, mais especificamente no conhecimento do perfil dos actuais utilizadores, bem como na identificação de diferenças e similaridades entre estes e os turistas que não frequentam trilhos pedestres. Pretende-se, assim, caracterizar o segmento que frequenta os trilhos pedestres, a nível do seu perfil, estilo de vida, sensibilidade ambiental e percepção afectiva face à natureza, considerando ainda possíveis diferenças entre o pedestrianista nacional e estrangeiro. Para além disso, visa identificar as estratégias que se podem desenvolver face às características dos segmentos analisados.

2. A importância dos trilhos pedestres para o desenvolvimento do turismo

As pessoas têm tendência a preferir ambientes naturais em detrimento dos construídos devido, em parte, à sua capacidade de reabilitação (*restoration*)¹ (Herzog *et al.*, 2003; Berg *et al.*, 2003). Segundo Ulrich (1983 citado por Harting *et al.*, 2003) certas qualidades numa cena podem ajudar a recuperar psico-fisiologicamente do *stress*. A presença de elementos naturais, tais como água e vegetação, podem evocar emoções positivas, afastar pensamentos negativos e ajudar a recuperar da excitação (“*autonomic arousal*”). Ulrich (1983 citado por Harting *et al.*, 2003) afirma que os humanos estão biologicamente preparados para responder positivamente aos elementos naturais.

Com o fenómeno da industrialização e urbanização, verificou-se um crescimento da procura da natureza para o desenvolvimento de actividades de lazer e turismo (Valentine, 1992). Alguns autores têm vindo a tentar identificar as características das pessoas que procuram a natureza para desenvolver actividades de lazer, recreio e turismo. No início da década de noventa, Poon (1993) afirmou que estava a surgir um novo tipo de turista. Para esta autora, os turistas estavam cada vez mais experientes, independentes e evidenciavam uma grande sensibilidade para com o ambiente natural. Este “novo turista” teria uma maior predisposição para visitar locais com natureza selvagem.

¹ Segundo Han (2003) é um termo geralmente usado para descrever o impacto ambiental nos humanos. É “a acção de reabilitar a saúde de uma pessoa ou a consciência; a recuperação da força física”. Portanto, a reabilitação (*restoration*) não é só um resultado, mas também um processo, incluindo aspectos físicos e psicológicos.

² O estudo foi realizado, principalmente, via abordagem pessoal (88%), tendo-se obtido um número de 2 280 respostas válidas de turistas que visitaram diversos locais das três sub-regiões rurais (Minho, Douro e Trás-os-Montes), entre Abril de 1998 e Setembro de 1999.

³ Este estudo foi realizado entre Abril e Julho de 1999, tendo sido aplicados 300 questionários distribuídos pela Serra da Estrela, envolvente lagunar da Ria de Aveiro, Serra do Caramulo, Mata do Buçaco e Gerês.

Segundo Kouchener e Lyard (2000), o número de pedestrianistas na Europa é bastante elevado, verificando-se a existência de 3 milhões de pedestrianistas em Itália e em França, e de 10 milhões no Reino Unido. Cerca de 30% dos suecos dedicam-se ao passeio nas florestas e em caminhos rurais e quase metade dos ingleses pratica *rambling* com regularidade. As principais motivações estão ligadas ao desejo de encontrar uma natureza intacta, de reencontrar o próprio corpo (bem estar físico) e a descoberta (descobrir a região). Um estudo da Mintel (2003) revela que o segmento mais importante do turismo de aventura do mercado europeu se centra na prática de pedestrianismo (tanto nas versões *hard* como *soft*). Em Portugal, não se conhece um número aproximado dos adeptos desta modalidade nem há estudos que mostrem quais as suas preferências.

No entanto, num estudo sobre o turismo em áreas rurais no Norte de Portugal desenvolvido para a CCRN (Kastenholz, 2000²), verificou-se que existe uma grande procura de trilhos pedestres por parte deste mercado. Os portugueses são mais exigentes que os estrangeiros a nível da oferta de infra-estruturas turísticas e mostraram um maior desejo pelo desenvolvimento destas infra-estruturas, enquanto que os estrangeiros não desejavam tantas melhorias ao nível da indústria turística, estando mais sensíveis à conservação do património e interessados em produtos mais “autênticos” e simples onde a oferta de trilhos pedestres se enquadra também. Num estudo efectuado aos ecoturistas que se encontravam a frequentar algumas áreas naturais de Portugal³, verificou-se que uma das actividades praticadas com mais frequência era caminhar pela natureza (Rodrigues e Marinho, 1999).

Por outro lado, nos últimos anos, os investigadores começaram a estudar como as populações locais podem direccionar as actividades turísticas e como podem tirar benefícios delas. Muitas formas alternativas de turismo, identificadas como tendo potencial para um desenvolvimento sustentável do destino, baseiam-se na natureza (Schaller, 1998).

O trilho pedestre é uma componente importante de um produto turístico alternativo que permite ao turista o desenvolvimento de uma actividade de contacto directo com a natureza, podendo enquadrar-se na tipologia do ecoturismo (Hugo, 1999; Siqueira, 2004). O trilho pode representar um desafio, enquadrando-se, assim, no turismo de aventura. Pode ainda permitir o contacto directo com as comunidades locais e com o património construído, ao longo do seu percurso, integrando-se numa óptica de turismo cultural. As actividades potenciadas pelo trilho pedestre podem, assim, também trazer benefícios económicos para as populações locais e fomentar a preservação do meio natural e cultural, ainda assim de encontro aos princípios da sustentabilidade (Figura 1).

O trilho pedestre pode ser desenvolvido como elemento principal da actividade turística como é o caso de algumas rotas implementadas nos Alpes

franceses, mas pode também servir como um complemento a actividades locais. Por exemplo, o trilho de “São Gregório” em Borba, Alentejo encontra-se localizado perto de uma unidade de TER e constitui um factor de fixação dos clientes da unidade.

Desde que o projecto LEADER foi implementado têm-se verificado na União Europeia muitos esforços para que esta infra-estrutura seja desenvolvida em áreas rurais e naturais, existindo uma publicação que dá indicações de como se pode elaborar e executar um projecto de passeio pedestre.

O produto desenvolvido com base no trilho pedestre como produto turístico é complexo e heterogéneo, uma vez que agrega elementos de natureza diferente. Por um lado, consideram-se as componentes de âmbito comercial, por outro lado, os bens que não possuem um âmbito comercial mas, que constituem a parte fundamental do produto (Quadro 1). São elementos difíceis de quantificar e



Figura 1 | Relação entre os trilhos pedestres e o turismo de natureza, activo, cultural e sustentável.

Quadro 1 | Componentes do trilho pedestre

Âmbito não comercial	Âmbito comercial
<ul style="list-style-type: none"> – Trilhos e caminhos. – Paisagens. – Espaços naturais e património. 	<ul style="list-style-type: none"> – Alojamento. – Mapas e guias do passeio. – Transportes.

Fonte: Kouchener e Lyard (2000).

que pertencem tanto a privados como ao sector público. Assim, os produtos turísticos resultantes dependem, muitas vezes, da interacção entre diversas entidades que variam entre autarquias, associações e agentes privados. A variedade dos produtos é ainda determinada pela diversidade de elementos patrimoniais, tanto naturais como culturais, integrados, pelos diversos recursos turísticos, infra-estruturas e serviços de apoio existentes nas áreas em questão. Por fim, a forma como estes elementos se encontram organizados, geridos e divulgados, pode levar a produtos turísticos diferenciados e com níveis de sucesso bastante distintos.

O trilho pedestre pode também ser visto como uma ferramenta de gestão das áreas naturais, na medida em que permite gerir os fluxos turísticos de uma determinada zona. Um dos problemas do gestor das áreas naturais centra-se na gestão das pessoas no interior das mesmas, uma vez que, por um lado, o mercado não é homogéneo e, por outro, porque existem espaços naturais que são mais frágeis que outros. A implementação de trilhos pedestres permite também justificar a manutenção e vigilância de espaços florestais, prevenindo certos incidentes, como os fogos florestais, que têm vindo a ocorrer, com incidência crescente, por todo o território nacional.

O pacote turístico, integrando o trilho pedestre, é tipicamente constituído pelos seguintes elementos (Kouchener e Lyard, 2000):

- Circuitos: podem variar entre os trilhos de pequena rota (PR) e os de grande rota (GR)⁴.

⁴ Os trilhos, em Portugal, dividem-se em dois tipos, os de pequena rota (PR) e os de grande rota (GR). Os trilhos de pequena rota possuem uma distância até 30 km e são registados pelos concelhos, sendo-lhes atribuída uma numeração e constituindo redes concelhias. Um trilho de grande rota possui mais de 30 Km de distância e resulta numa marcha de dois ou mais dias, implicando a pernoita em algum local, ao longo do percurso. O registo é feito, a nível nacional, quando este só abrange o território nacional. Mas se é um percurso trans-europeu (que se inicia em Portugal decorrendo por mais países), a numeração é completada com a letra E (Europa) e com a respectiva numeração europeia (Gonçalves, 2002).

O ideal consiste em desenvolver uma rede de trilhos para fornecer muitas possibilidades aos turistas;

- Serviços fornecidos aos pedestrianistas: o alojamento, a restauração, os transportes e os serviços de guia;
- Dispositivos de informação: sem divulgação ou informação é como se o trilho pedestre não existisse. A balizagem no terreno deve ser complementada com brochuras, mapas, páginas *web* ou até com *CD-ROM*.

Para além destes elementos, torna-se muito importante que o trilho pedestre se enquadre num espaço paisagístico com qualidade e diversidade para maximizar a experiência do visitante.

3. O estudo

Com base num estudo de âmbito exploratório aplicaram-se 300 questionários distribuídos da seguinte forma: 100 portugueses não pedestrianistas, 100 portugueses pedestrianistas e 100 pedestrianistas de outras nacionalidades. O questionário tinha o intuito de obter o perfil sócio-demográfico (nacionalidade, distrito de residência, *habitat*, sexo, nível de instrução completo, profissão), comportamento geral de férias (distribuição das férias ao longo do ano, actividades desenvolvidas ao longo das férias), motivação geral de férias, preferências ambientais, sensibilidade ecológica, comportamento do pedestrianista (motivação para frequentar um trilho pedestre, principal fonte de informação, principal meio de transporte, constituição do grupo de viagem, forma de organização da visita, alojamento, distância do trilho pedestre, padrão dos gastos, atributos importantes para visitar um trilho pedestre) e factores constrangedores para desfrutar um trilho pedestre.

O grupo dos pedestrianistas foi entrevistado em vários trilhos pedestres situados em áreas com paisagens diferentes no Norte, Centro e Sul de Portugal, nomeadamente, no Gerês, Serra da Estrela, São Jacinto, Buçaco e no Alentejo (Borba), enquanto os não pedestrianistas, i.e., pessoas que não praticam pedestrianismo por lazer ou durante as férias, foram entrevistados em *shopping centers* de Lisboa (N=50) e do Porto (N=50).

As respostas foram obtidas com base na administração directa dos questionários através de um entrevistador e os questionários foram preenchidos através de entrevista ou através de auto-administração assistida. Apesar de se tratar de uma amostra por conveniência, houve uma tentativa de se evitar enviesamentos relacionados com a idade, género ou *status* social nos centros comerciais. Na amostra dos pedestrianistas, a preocupação centrou-se na diversificação dos trilhos e das paisagens, e todos os pedestrianistas que eram encontrados em dias específicos eram entrevistados (amostra por *clusters* definida através do local e espaço).

Os dados recolhidos foram tratados através do programa estatístico SPSS (versão 11.0). A análise univariada foi desenvolvida com o recurso à análise da distribuição de frequências, e dos indicadores de tendência central, como as médias e os desvios padrão, sempre que possível. Para se efectuar a análise bivariada, no sentido de relacionar variáveis, utilizou-se:

- O teste do Qui-quadrado, no caso das variáveis nominais (Reis e Moreira, 1988; Pestana e Gageiro, 1998);
- Teste de Mann-Whitney, no caso das variáveis ordinais (Ott, 1993; Pestana e Gageiro, 1998; Black, 1999).

Para além disso, recorreu-se à análise factorial de componentes principais para identificar as dimensões subjacentes ao conjunto de *itens* utilizados para medir a sensibilidade ambiental.

Os inquiridos, tanto os pedestrianistas como os não pedestrianistas, apresentam as seguintes *características sócio-demográficas*:

- *Sexo*: proporção aproximadamente igual entre homens e mulheres;
- *Faixa etária*: situam-se numa faixa etária entre os 25 e os 54 anos;
- *Nível de instrução*: 54,3% frequentaram o ensino superior;
- *Profissão*: exercem funções a nível de quadros superiores e médios (29,3%), estudantes (19,6%) e empregados do comércio e indústria;
- *Residência dos portugueses*: os portugueses provêm, essencialmente, da Região Centro (56%);
- *Nacionalidade* dos inquiridos estrangeiros: os de outras nacionalidades provêm, essencialmente, da Europa (98%), nomeadamente a França (54%), Holanda (11%), Alemanha (9%) e Inglaterra (9%);

Como principal *motivação*, destaca-se o *item* "escapar à vida quotidiana" (43%).

Apresentam o seguinte *comportamento geral de férias*:

- *Meses de férias*: maior frequência nos meses de Verão;
- *Fins-de-semana fora de casa*: durante todo o ano;
- *Actividades praticadas em férias*: tirar fotos e filmar, provar a comida local, desenvolver actividades ligadas à praia e fazer passeios pelo campo.

Sensibilidade ambiental: com base em alguns adjectivos recolhidos através de uma análise à literatura existente sobre psicologia ambiental (Kaplan, 1982; Russel e Lanius, 1994; Porteous, 1996) foi utilizada uma escala para averiguar a sensibilidade ambiental perante a natureza. Estes adjectivos foram colocados no questionário

através de afirmações (por exemplo, “Estar na natureza é agradável”) e foram avaliados numa escala tipo *Likert* variando desde 1 (Discordo plenamente) até 5 (Concordo plenamente). Para se avaliar esta questão, recorreu-se a uma Análise Factorial de Componentes Principais (Hair *et al.*, 1995), onde se obtiveram os resultados apresentados na Figura 2.

A análise factorial apresenta as seguintes características⁵:

- Rácio respostas/variáveis = 12.5 (o número de casos e número de variáveis deve ser pelo menos 5/1);
- 74.585% da variância total explicada (em ciências sociais é aceitável uma variância explicada na ordem dos 60%);
- Teste KMO = 0.892 (bom);

⁵ A análise dos indicadores é efectuada como sugerido por Hair *et al.* (1996) e Pestana e Gagueiro (1998).

⁶ Correlação entre as variáveis originais e os factores, e a chave para entender a natureza de um factor em particular (Hair *et al.* 1996).

- Teste de esfericidade de *Bartlett* = 5686.300 (sig. 0.000), o que levou a rejeitar a hipótese de que a matriz de correlação fosse a matriz identidade;
- Matriz de correlações reproduzidas possui 83% de resíduos com valores absolutos inferiores a 0.05;
- MSA: variam entre 0.756 e 0.953 (são aceitáveis valores acima de 0.50).

Para facilitar a interpretação dos resultados foi aplicada uma rotação *Varimax* (rotação ortogonal). Os *factor loading*⁶ apresentavam valores elevados, facilitando a interpretação dos resultados.

Na generalidade, a natureza é percebida como serena, relaxante e agradável, no entanto, alguns aspectos mostram alguma dispersão nas respostas como é o caso de enigma, *suspense* e medo.

A nível do *comportamento ambiental* na vida quotidiana, verifica-se que os inquiridos tentam com mais regularidade evitar desperdiçar água, colocar o lixo nos recipientes próprios e poupar ao nível do aquecimento da casa, no entanto, deslocam-se com bastante regularidade na sua própria viatura.

ANÁLISE FACTORIAL DA SENSIBILIDADE AMBIENTAL DOS INQUIRIDOS					
	Fruição da natureza	Tédio	Expectativa	Adrenalina	Receio da natureza
Serenidade	0.909				
Relaxado	0.905				
Divertido	0.820				
Agradável	0.804				
Despertar	0.790				
Bonito	0.749				
Sensacional	0.734				
Tranquilidade	0.719				
Maçador		0.858			
Perturbação		0.854			
Inquietação		0.834			
Aborrecimento		0.809			
Melancolia		0.716			
Ansiedade		0.679			
Enigma			0.901		
Suspense			0.875		
Mistério			0.838		
Revigorar				0.604	
Activo				0.591	
Excitar				0.484	
Estímulo				0.483	
Medo					0.854
Terror					0.803
Receio					0.693
cronbach	0.930	0.904	0.875	0.895	0.850
% variancia exp	34.41	22.04	8.91	5.03	4.17

Figura 2 | Análise Factorial da sensibilidade dos inquiridos.

Quando frequentam um *trilho pedestre* têm o seguinte comportamento (apenas a amostra de pedestrianistas):

- As *principais motivações* estão ligadas ao desfrutar da natureza: “observar a beleza paisagística”, “respirar ar puro” e “desfrutar da natureza”;
- Recorrem a fontes informais para recolher *informação sobre os trilhos*, nomeadamente, “recomendações de familiares e amigos”;
- O *principal meio de transporte utilizado* para se deslocarem ao local do trilho pedestre é o carro, podendo ser de familiares e amigos, do próprio visitante ou alugado;
- *Constituição do grupo*: praticam o pedestrianismo acompanhados, maioritariamente por amigos ou pelo cônjuge;
- *Principal modo de organização da visita*: grande parte dos inquiridos efectuou a actividade sem organização prévia;
- *Alojamento*: mostram uma preferência por ficar alojados em parques de campismo;
- *Padrão dos gastos*: grande parte dos pedestrianistas efectuou gastos no local de visita, variando entre “0,1 a 10 euros” e “10,1 a 25 euros”;
- *Distância do trilho visitado*: preferem desfrutar de trilhos de pequena rota (PR);

- *Factores motivadores para frequentar um trilho pedestre*: os pedestrianistas dão bastante importância a aspectos como: “estado da paisagem”, “existência de informação sobre trilhos pedestres”, “trilho devidamente assinalado” e “silêncio”.

Os factores constrangedores para frequentar um trilho pedestre e os factores que podem vir a ser melhorados foram apreciados, tanto por pedestrianistas como por não pedestrianistas, na medida em que se trata de aspectos com relevância para ambos os grupos:

- *Factores constrangedores para frequentar um trilho pedestre*: os principais factores constrangedores estão relacionados com a segurança, nomeadamente, “passagem por locais perigosos”, “dificuldade de socorro em caso de acidente” e “falta de segurança nos trilhos”;
- *Factores que podem vir a ser melhorados num trilho pedestre*: os inquiridos mostraram uma grande preocupação com a segurança dos trilhos.

Neste inquérito, foram definidos três grupos de inquiridos: não pedestrianistas (nacionais), pedestrianistas portugueses e pedestrianistas de outras nacionalidades. Estes grupos apresentam, efectivamente, características, atitudes e comportamentos diferentes que estão indicados nos Quadros 2 e 3.

Quadro 2 | Diferenças entre pedestrianistas e não pedestrianistas

Pedestrianistas	Não pedestrianistas
<ul style="list-style-type: none"> – Jovens e adultos. – Nível escolar mais elevado. – Exercem profissões associadas a quadros superiores. – Preferem uma paisagem com pontos elevados. – Sentem a natureza mais como um elemento de aventura. – No quotidiano, apresentam um comportamento mais responsável a nível ambiental. – No quotidiano, caminham com mais regularidade. – No geral, viajam para “escapar à vida quotidiana”. – Durante as férias gostam de visitar locais em que o contacto com a natureza se torna um elemento privilegiado. – Preferem trilhos afastados de centros urbanos e possuem uma menor tolerância ao factor “crowding”, não gostando de locais com fraca vegetação e descaracterizados. 	<ul style="list-style-type: none"> – Mais idosos. – Nível escolar menos elevado. – Exercem profissões ligadas ao comércio e indústria. – Preferem uma paisagem com água. – Olham para a natureza como algo aborrecido. – Não se preocupam tanto com a preservação do ambiente, no quotidiano. – No quotidiano, caminham menos. – No geral, viajam para “visitar familiares e amigos” – Durante as férias, desenvolvem actividades mais ligadas ao turismo urbano e ao “sol e praia”. – Para desfrutar, um pedestre preocupa-se bastante com a segurança e com a existência de serviços de apoio.

Quadro 3 | Diferenças entre pedestrianistas portugueses e pedestrianistas de outras nacionalidades

Pedestrianistas portugueses	Pedestrianistas de outras nacionalidades
<ul style="list-style-type: none"> – Durante as férias, desenvolvem com mais regularidade actividades ligadas a paisagens litorais e ao turismo urbano. – No quotidiano, apresentam uma menor preocupação com a preservação do ambiente. – Recorrem com mais frequência a fontes de informação informais. – Utilizam automóvel próprio ou de familiares e amigos, com mais frequência. – Recorrem com menos frequência a agências de viagens e operadores turísticos. – Recorrem menos ao alojamento oficial. – Efectuam gastos menores no local. – Gostam de ser acompanhados por guias quando estão a frequentar um trilho pedestre. 	<ul style="list-style-type: none"> – Durante as férias, procuram desenvolver actividades com um âmbito cultural activo e ligado à natureza. – No quotidiano, apresentam uma maior preocupação com a preservação do ambiente. – Recorrem com mais frequência a fontes de informação formais. – Utilizam com mais frequência viaturas alugadas. – Recorrem, com mais frequência, a agências de viagens e operadores turísticos. – Utilizam, com mais frequência, alojamento oficial. – Efectuam gastos mais elevados na área do trilho. – Apresentam uma maior autonomia e espírito de aventura quando frequentam um trilho pedestre. – Apresentam uma capacidade de carga social menor.

Para além das diferenças entre pedestrianistas e não pedestrianistas, verificam-se também diferenças entre pedestrianistas portugueses e pedestrianistas de outras nacionalidades (Quadro 3).

4. Implicações para o planeamento e gestão dos trilhos pedestres

Portugal é um país com bastantes recursos naturais (principalmente no interior), onde se pode praticar o pedestrianismo. Em muitas áreas naturais existem também trilhos que possuem uma grande afluência, mas que ainda não foram oficializados através da homologação. Se, por um lado, não há uma inventariação completa ou aproximada dos percursos existentes a nível nacional, por outro lado, o trilho pedestre é uma infra-estrutura de livre acesso, o que dificulta a inventariação do número de pessoas que dela desfrutam, a nível nacional, quer sejam portugueses ou de outras nacionalidades. Como também não existem estudos publicados sobre os visitantes dos trilhos pedestres, em Portugal, optou-se por realizar um inquérito dirigido aos frequentadores de alguns trilhos, com uma amostra de âmbito exploratório, não se conhecendo nem o número nem o perfil da população de base.

Com a aplicação deste inquérito, obteve-se informação com bastante interesse para as entidades que estão ligadas à implementação e gestão de trilhos pedestres. Ao conhecer os utilizadores dos trilhos será possível melhorar a qualidade das actividades turísticas e de recreio que se lhes oferece. Os gestores destas áreas destino podem direccionar, assim, a oferta de acordo com as características da procura, melhorando significativamente a experiência do visitante.

Os pedestrianistas portugueses inquiridos provêm, na sua maioria, da faixa litoral e apresentam uma tendência para frequentarem trilhos pedestres com alguma proximidade da região onde habitam. Em comparação com os pedestrianistas estrangeiros, os portugueses utilizam menos infra-estruturas turísticas (alojamento) e efectuam menos gastos no local, evidenciando uma maior tendência para o excursionismo. No entanto, sentem uma maior necessidade de serem acompanhados por guias. Para este segmento de mercado, os responsáveis pela implementação e manutenção dos trilhos pedestres deveriam:

- Desenvolver passeios com guias para grupos, permitindo o desenvolvimento da actividade com mais segurança (as associações ligadas ao trilho pedestre – a FNC e a FPME – pretendem avançar com o curso de técnico de trilho

pedestre que inclui, no âmbito curricular, a actividade de animação desta infra-estrutura);

- Desenvolver infra-estruturas turísticas de apoio que proporcionem mais conforto aos visitantes e um aproveitamento óptimo dos recursos da região, bem como a geração de rendimentos para a população local;
- Desenvolver trilhos com sinalização, interpretação e com graus de dificuldade que permitam uma experiência positiva para todas as camadas da população;
- Garantir uma experiência positiva para fomentar a fidelização dos pedestrianistas;
- Desenvolver trilhos que passem por localidades para fomentar o convívio com as populações locais, o comércio e a criação de produtos turísticos mais completos que levem as pessoas a permanecer mais tempo na área de destino. Segundo o estudo da DGT (2004) “As férias dos portugueses”, o mercado interno de *short-break* está a aumentar. Assim, o trilho pedestre poderia ser promovido como elemento central de novos produtos turísticos para o mercado nacional nesse âmbito, fazendo com que os portugueses pernoitem no destino com mais frequência e efectuem mais gastos na região do trilho pedestre.

Os pedestrianistas estrangeiros recorrem com mais frequência às infra-estruturas e aos serviços da indústria turística, nomeadamente a fontes de informação formais, a viaturas alugadas, a agências de viagens, a operadores turísticos e a unidades de alojamento. Também apresentam uma maior tendência para efectuem gastos mais elevados no destino. Além destas características, é de realçar que estes inquiridos apresentam uma maior sensibilidade ambiental, são mais aventureiros que os portugueses e apresentam uma menor tolerância perante o factor “*crowding*”. Assim, a promoção para os pedestrianistas estrangeiros pode ser

direccionada para trilhos localizados em áreas com recursos mais frágeis, como é o caso das áreas protegidas. Para este segmento de mercado, os responsáveis pela implementação e manutenção dos trilhos pedestres deveriam:

- Desenvolver infra-estruturas turísticas de pequena escala, bem enquadradas no ambiente, optimizando o aproveitamento dos recursos, dos produtos e das competências existentes;
- Preservar os recursos naturais e a qualidade paisagística;
- Desenvolver e manter uma sinalização e interpretação com qualidade que permitam a prática da actividade em segurança;
- Gerir os fluxos de visitantes e garantir o silêncio nos trilhos;
- Desenvolver trilhos que proporcionem uma experiência satisfatória para fidelizar os visitantes e fomentar a recomendação.

Um dado bastante pertinente é a nacionalidade dos pedestrianistas estrangeiros que provêm, essencialmente, de países europeus, nomeadamente de França, Holanda, Alemanha e Reino Unido. Estas origens dos pedestrianistas internacionais coincidem com os resultados de um estudo efectuado pela MINTEL, em 2003, ao mercado de aventura europeu. O estudo evidencia que este mercado está a crescer fortemente na Europa, principalmente nos países supramencionados, e que as actividades de aventura mais procuradas se centram na aventura “*soft*” que inclui sempre as caminhadas (pedestrianismo). Estas podem estar incluídas em pacotes ou constituir a principal actividade oferecida pelas empresas de animação. Poderá, assim, ser muito pertinente promover produtos turísticos centrados no trilho pedestre nos mercados acima referidos.

Os não pedestrianistas são um mercado potencial bastante pertinente e que poderá interessar cativar no futuro, não somente numa

perspectiva de dinamizar o mercado de produtos turísticos centrados no trilho pedestre, mas também numa perspectiva de educação ambiental da população. Os não pedestrianistas são pessoas que não se preocupam tanto com a preservação ambiental, no quotidiano e olham para a natureza como um elemento aborrecido. Durante as férias preferem fazer actividades ligadas a ambientes urbanos e ao litoral. Estes inquiridos viajam com mais frequência por motivos ligados à visita de familiares e amigos. Como condição para frequentar um trilho pedestre, importa considerar a grande preocupação deste grupo com a sua segurança. Para estas pessoas, podem oferecer-se os trilhos que se encontram perto de áreas costeiras e junto a locais urbanizados. Para cativar este segmento, as entidades ligadas a estas infra-estruturas deveriam:

- Desenvolver infra-estruturas de apoio que permitam um maior conforto para quem efectua a actividade, como restaurantes típicos ou lojas com produtos locais, o que permitiria, ao mesmo tempo, otimizar a utilização dos recursos, produtos e competências da região;
- Desenvolver e manter em bom estado de conservação os trilhos com um grau de dificuldade acessível à população em geral, que permitam o desenvolvimento da actividade em segurança e com infra-estruturas de apoio (bancos, abrigos, etc.);
- Desenvolver uma base de informação sobre os trilhos, através da publicação de mapas e brochuras;
- Enriquecer a experiência oferecida pelos trilhos através da passagem por locais com interesse cultural e localidades (onde se torna possível interagir com a população local, desfrutar da gastronomia típica e fazer compras);
- Fomentar a organização de visitas guiadas que proporcionam uma visita ao trilho com acompanhamento de profissionais, permitindo níveis de segurança elevados, uma experiência

mais enriquecedora e, através de um fornecimento de informação mais especializada, educação ambiental e uma interpretação apelativa.

Este estudo apontou, concretamente, medidas que poderiam ser implementadas para dinamizar este mercado que se encontra ainda numa fase “inicial” a nível nacional, podendo o desenvolvimento de trilhos pedestres, simultaneamente, fomentar a sensibilidade ambiental das pessoas e criar novas oportunidades para as áreas rurais, sobretudo do interior do país. Espera-se que, com este estudo, se consiga contribuir para uma maior reflexão sobre a temática em Portugal, para uma consciencialização sobre o potencial de trilhos pedestres, enquanto elemento central ou complementar de produtos turísticos, num mercado cada vez mais exigente e à procura de outras experiências, mais próximas da natureza e de outros atributos únicos que os espaços rurais no interior do país poderiam oferecer.

Bibliografia

- Archer, B. e Cooper, C., 1994, *The positive and negative impacts of tourism* in Global Tourism: The next decade, Ed William Theobald, Butterworth-Heinemann, Ltd.
- Berg, A.; Koole, S. e Wulp, N., 2003, Environmental preference and restoration: (How) are they related?, *Journal of Environmental psychology*, 23, pp. 135-146.
- Black, T. R., 1999, *Doing quantitative research in the social sciences – An integrated approach to research design, measurement and statistics*, SAGE.
- DGT, 2004, *Férias dos Portugueses-2003*, Direcção de Serviços de Estratégia e Coordenação Turística, Divisão de Recolha de Informação e Estatística, Lisboa, Outubro de 2002.
- Gonçalves, J., 2002, *Percursos Pedestres de Portugal – passo-a-passo*, Federação Portuguesa de Campismo, Instituto Nacional do Desporto, Lisboa.
- Hair, J., Anderson, R., Tatham, R., e Black, W., 1995, *Multivariate data analysis with readings*, 4.ª Ed. Prentice Hall International Editions.
- Han, K., 2003, A reliable and valid self-rating measure of the restorative quality of natural environments, *Landscape and Urban Planning*, 64, pp. 209-232.
- Herzog, T.; Maguire, C. e Nebel, M., 2003, Assessing the restorative components of environments, *Journal of Environmental Psychology*, 23, pp. 159-170.

- Hugo, M., 1999, A Comprehensive approach towards the planning, grading and auditing of hiking trails as ecotourism products, *Current Issues in Tourism*, Vol. 2, n.º 2, pp. 138-174.
- Inskip, E., 1991, *Tourism Planning: an integrated and sustainable development approach*, Van Nostrand Reinhold, N.Y.
- Kaplan, R., 1982, The Green Experience, *Humanscape: environments for people*, Ed. Stephen Kaplan and Rachel Kaplan, University of Michigan.
- Kastenholz, E., 2002, *The role and marketing implications of destination images on tourist behaviour: the case of Northern Portugal*, Aveiro, texto policopiado.
- Kouchener, F. e Lyard J., 2000, *A valorização do turismo de passeio pedestre nos territórios rurais – Guia pedagógico sobre elaboração e execução de um projecto de passeio pedestre*, Observatório Europeu LEADER/ AEIDL.
- Lane, B., 1999, *Trails and Tourism: the missing link – issues in partnering with the tourism Industry: A European perspective*, [<http://www.americantrails.org/resources/economics/TourismUKecon.html>] (Site accessed 10 April 2006).
- MINTEL, 2003, European Adventure Travel – special length focus, travel and tourism analyst, *Travel and Tourism Analyst*, n.º 5, Mintel, October 2003.
- Ott, R. Lyman, 1993, *An introduction to statistical methods and data analysis*, 4.ª Ed., Duxbury.
- Pestana, M. e Gageiro, 1998, *Análise dos dados para ciências sociais – A complementaridade do SPSS*, Ed. Sílabo, Lisboa.
- Poon, A., 1993, *Tourism, Technology and competitive Strategies*, C.A.B. International.
- Porteous, J. D., 1996, *Environmental aesthetics: ideas, politics and planning*, Rutledge, London.
- Reis, E. e Moreira, R., 1988, *Pesquisa de Mercados*, Edições Sílabo, Lisboa.
- Rodrigues, A. e Marinho, L., 1999, *Turismo e Ambiente – O Ecoturismo na Envoltente Lagunar da Ria de Aveiro, Mata do Buçaco e Serra do Caramulo*, relatório de final de curso de G.P.T., U.A., não publicado.
- Russel, J. A. e Lanius, U. F., 1984, Adaptation Level and the Affective Appraisal of environments, *Journal of Environmental Psychology*, Vol. 4, pp. 119-135.
- Scaller, 1998, *Ecotourism research and other adventures*, [<http://www.eduweb.com/schaller/>], (Site accessed 6 January 2003).
- Siqueira, L., 2004, Trilhas Interpretativas: uma vertente responsável do (Eco) Turismo, *Caderno Virtual de Turismo*, n.º 14, Dez. 2004 (Site accessed 01 February 2006).
- Wight, P. A., 1996, *North American Ecotourism Markets: Motivations, Preferences and Destinations* in *Journal of Travel Research* Volume XXXV, n.º 1, pp. 3-11.
- Wight, P.A., 2001, *Ecotourists: not a homogeneous market segment* in *The Encyclopedia of Ecotourism*, CABI Publishing.