

Perceções do impacto da COVID-19 no Turismo *outdoor* no Parque Nacional da Peneda-Gerês

Perceptions of COVID-19's impact on outdoor Tourism in the Peneda-Gerês National Park

FERNANDA A. FERREIRA * [faf@esht.ipp.pt]

ELGA COSTA ** [elgacosta@esht.ipp.pt]

JOAQUIM RIBEIRO *** [jribeiro@esht.ipp.pt]

ANDRÉ REIS **** [41190333@esht.ipp.pt]

Resumo | Numa altura em que o Mundo é afetado por uma pandemia e as medidas de proteção passam pelo distanciamento social, higienização e desinfeção de espaços e equipamentos, o setor do turismo está exposto a inúmeros obstáculos. A insegurança causada pela pandemia afetou os indicadores do turismo um pouco por todo o Mundo, tornando, portanto, premente a necessidade de aferir o impacto efetivo da COVID-19 no setor do turismo bem como no turismo *outdoor*, especificamente no Parque Nacional da Peneda Gerês (PNPG), na região da Serra do Gerês. Foi elaborado um estudo de natureza exploratória constituído por análise documental e entrevistas a agentes conhecedores das dinâmicas do PNPG, relativamente à prática de turismo *outdoor*. Os resultados provenientes do presente estudo apontam para um aumento do número de visitantes do Parque nos meses de verão, sobretudo portugueses, fator este justificável pelas limitações em viajar para o estrangeiro. Devido ao cancelamento de eventos de atividades *outdoor*, o número de visitantes diminuiu significativamente, sobretudo nos meses de época baixa, contribuindo para o aumento da sazonalidade. Por outro lado, nos meses de época alta, verificou-se que o número de participantes em atividades de turismo *outdoor* operadas pelas empresas de animação turística aumentou relativamente ao período homólogo do ano anterior.

Palavra-chave | Turismo *outdoor*, COVID-19, Peneda-Gerês, impacto

* Applied Management Research Unit (UNIAG), School of Hospitality and Tourism of Polytechnic Institute of Porto, Portugal

** CiTUR, School of Hospitality and Tourism of Polytechnic Institute of Porto, Portugal

*** CiTUR, School of Hospitality and Tourism of Polytechnic Institute of Porto, Portugal

**** School of Hospitality and Tourism of Polytechnic Institute of Porto, Portugal

Abstract | At a time when the world is affected by a pandemic and protection measures include social distance, sanitation and disinfection of spaces and equipment, the tourism sector is exposed to numerous obstacles. Insecurity caused by the pandemic has affected tourism indicators all over the world, thus making the need to assess the effective impact of COVID-19 in the tourism sector as well as in outdoor tourism, specifically in the Peneda Gerês National Park (PGNP), in Gerês mountain range. An exploratory study was carried out, consisting of documentary analysis and interviews to agents who know the dynamics of the PGNP, in relation to the practice of *outdoor* tourism. The results from the present study point to an increase in the number of visitors to the Park in the summer months, especially Portuguese, which was to be expected in view of the limitations in traveling abroad. Due to the cancellation of outdoor activities events, the number of visitors decreased significantly, especially in the low season months, contributing to the increase in seasonality. On the other hand, in the high season months, it was found that the number of participants in outdoor tourism activities operated by tourist entertainment companies increased compared to the same period of the previous year.

Keywords | Outdoor tourism, COVID-19, Peneda-Gerês, impact

1. Introdução

Portugal apresenta uma distribuição demográfica desequilibrada, evidenciando um despovoamento das regiões do interior e uma bipolarização da concentração populacional nas áreas metropolitanas de Lisboa e do Porto. Em Portugal, segundo dados do Instituto Nacional de Estatística referentes ao ano de 2019, cerca de 75% da população reside em áreas predominantemente urbanas.

Por outro lado, segundo Farkic (2020, p. 2), “pessoas que apresentam um modo de vida diário altamente digitalizado e pretendam reestabelecer a sua própria conexão ontológica, tendem a viajar para áreas repletas de natureza e vida selvagem.” Considerando a afirmação de Farkic (2020), áreas com elevada biodiversidade, como a área onde se insere o Parque Nacional da Peneda-Gerês (PNPG), são destinos com potencialidades e características que se enquadram nos desejos de uma população urbana e digitalizada.

A escolha do PNPG como região de estudo

deveu-se a diversos fatores, sobretudo ao facto de existir um “crescente número de utilizadores do parque” (Pereira et al., 2020, p.116) e de ser o único Parque Nacional em Portugal, permitindo, assim, perceber de que forma a COVID-19 está a afetar o turismo *outdoor* no PNPG.

Genericamente, turismo *outdoor* traduz-se por turismo ao ar livre. De acordo com o Ministério da Economia, são consideradas atividades de turismo ao ar livre, “também denominadas atividades *outdoor*”, aquelas que “decorram predominantemente em espaços naturais, traduzindo-se em vivências diversificadas de fruição, experimentação e descoberta da natureza e da paisagem, podendo ou não realizar-se em instalações físicas equipadas para o efeito” (Ministério da Economia, 2015, p.6971).

Este estudo incide no impacto da pandemia COVID-19 no turismo *outdoor* no PNPG, desenvolvendo-se inicialmente uma revisão de literatura sobre o turismo *outdoor* e a COVID-19, especialmente no que respeita aos seus impactos no setor do turismo.

2. Contextualização teórica

Turismo *outdoor*

Pelas suas características, o PNPG considera-se um local com potencial elevado para a realização de atividades ao ar livre, sendo procurado por visitantes para a prática de turismo *outdoor*.

Schirpke et al. (2017) subscrevem a definição do *Common International Classification of Ecosystem Services* (CICES) para a recreação *outdoor*, que motiva os *outdoor tourists*. Para o CICES, recreação *outdoor* define-se pelo “uso físico das paisagens em diferentes definições ambientais”. Mais, é indicada uma definição para as atividades *outdoor* como “atividades com propósito recreativo praticadas em ambientes naturais ou semi-naturais”. (Schirpke et al., 2017, p.337) Paralelamente, Margaryan & Fredman (2017) utilizam uma definição com algumas semelhanças para recreação *outdoor*, que pode definir-se como “atividades recreativas de lazer que ocorrem ao ar livre em ambientes urbanos e rurais” (citado em Jenkins & Pigram, 2004).

Buckley (2000) aponta para a necessidade de agrupar o turismo de natureza, o ecoturismo e o turismo de aventura e atividades de recreação *outdoor* num subsetor da indústria (NEAT), sobretudo devido ao facto de as suas definições se relacionarem e, por vezes, estes produtos serem promovidos ou comercializados juntos.

Wells (1997, p.1) considera turismo de natureza todas as “formas de turismo, onde atrações naturais de importância ecológica são o destino.” Por outro lado, HaySmith & Hunt (1995, p.203) define turismo de natureza referindo-se às “viagens nacionais ou estrangeiras associadas à observação ou aproveitamento de ecossistemas naturais e da vida selvagem para fins educacionais ou recreativos”. As principais motivações do turismo de natureza são: interagir e usufruir da natureza e a vivência de experiências de grande valor simbólico (THR - Asesores en Turismo Hotelería y Recrea-

ción, 2006). Para além disso, “o turismo de natureza fornece um contexto ideal para motivar ações pró-ambientais, visto que atrai viajantes interessados no mundo natural e apresenta ambientes únicos e frequentemente ameaçados” (Wheaton et al., 2015, p.1).

O mercado do turismo de natureza pode ser classificado de formas diferentes. Por um lado, há o mercado do turismo de natureza *soft*, onde são realizadas atividades consideradas de baixa intensidade, como caminhadas ou passeios. Por outro lado, há o mercado de turismo de natureza *hard*, onde são realizados desportos de natureza como rafting ou climbing, entre outros, ou atividades que requerem grande concentração ou conhecimento, como birdwatching (THR - Asesores en Turismo Hotelería y Recreación, 2006). Uma perspetiva distinta apresenta a Adventure Travel Trade Association, considerando que as atividades de rafting e birdwatching são classificadas como “soft”, inseridas no contexto de aventura.

Assim como o turismo de natureza, o turismo de aventura também pode dividir-se por atividades *hard* ou *soft*, que se distinguem pelos riscos associados, assim como exigência física (Hanna et al., 2019).

Bailey et al. (2017) reforçam a existência de uma interligação entre recreação *outdoor* e turismo de aventura, sugerindo que estes partilham o mesmo público.

A Organização Mundial do Turismo indica não existir nenhuma definição exata para turismo de aventura. Porém, subscreve uma definição da ATTA, que descreve o turismo de aventura como “uma viagem, que pelo menos incluirá dois de três elementos-chave: atividade física, ambiente natural e/ou imersão cultural” (World Tourism Organization, 2014).

O turismo de aventura, um setor em rápido crescimento (Narvekar & Dayanand, 2020), permite e incentiva a utilização de práticas sustentáveis, através do interesse dos turistas num ambiente natural e em experiências que acrescentem

valor ao turista de aventura. Caso estas características não sejam asseguradas, o destino perde o interesse e a competitividade relativamente ao turismo de aventura (World Tourism Organization, 2014).

O turismo *outdoor*, no caso do PNPG, tem ligações a vários tipos de turismo. Intrinsecamente associado ao exercício físico e ao ar livre, o turismo *outdoor* pode relacionar-se com o ecoturismo. A Sociedade Internacional de Ecoturismo define ecoturismo como “a viagem responsável a áreas naturais que conserva o meio ambiente, sustenta o bem-estar das populações locais, e que envolve interpretação e educação”¹.

O número excessivo de visitantes para a prática de turismo *outdoor* pode provocar efeitos negativos a vários níveis. Schirpke et al. (2017) realçam que um número de visitantes superior ao limite pode prejudicar a qualidade da atividade recreativa e danificar a experiência (citado em Scolozzi et al., 2014). Mais ainda, Schirpke et al. (2017) indicam que o número excessivo de visitantes pode colocar problemas ambientais, tais como a “alta perturbação de animais selvagens e a causa de danos na vegetação e no solo” (citado em Peksa & Ciach, 2015; Rixen et al., 2013; Steven et al., 2011). Portanto, o número desajustado de visitantes revela impactos negativos para os ecossistemas. No caso de uma área protegida, como o PNPG, com ecossistemas únicos em Portugal, os prejuízos podem ser consideráveis. Alguns autores consideram que possa já haver um número de visitantes superior ao limite ideal e à capacidade de carga do PNPG. “O interesse do Parque Nacional, decorrente também de ser o único do país, leva à massificação da sua procura, muitas vezes desorganizada e alheia às especificidades de um lugar de montanha” (Pereira et al., 2020, p. 123).

Um estudo de Kim et al. (2019) acerca do turismo em áreas protegidas no continente asiático aferiu que, através das *tags* das fotografias pos-

tadas nas redes sociais (neste caso foi utilizada a rede social Flickr), era possível juntar essa informação e, através da sua representação cartográfica, perceber os locais com maior concentração de pessoas. Este método pode servir como uma ferramenta útil para a gestão do turismo em áreas protegidas, sobretudo onde há maior dificuldade em contabilizar utilizadores e identificar os principais locais de concentração de visitantes. Schirpke et al. (2017) utilizaram uma abordagem metodológica semelhante no seu estudo, com o objetivo de identificar os locais mais procurados.

Embora existam impactos negativos provocados pela pressão excessiva exercida sobre a capacidade de carga dos destinos, a participação em atividades *outdoor* na natureza tem também impactos positivos, para além do bem-estar físico e mental, pois poderá contribuir para um maior grau de consciência ambiental e maior conexão com a natureza entre os praticantes (Kling et al., 2020).

COVID-19 no Turismo

No final do ano de 2019 foi descoberto um novo vírus que provoca uma doença infecciosa (COVID-19) facilmente transmissível. O vírus da COVID-19 rapidamente se dispersou pelo mundo. Este rápido processo de dispersão do vírus deveu-se a uma economia globalizada e aos avanços nas telecomunicações e transportes, como sugere Galvani et al. (2020), que justifica a rapidez desse processo com uma compressão entre tempo-espço, proporcionando deslocamentos mais rápidos. Portanto, a economia globalizada proporcionou ao vírus uma oportunidade de se expandir rapidamente.

O vírus teve impacto à escala mundial e obrigou à tomada de medidas para a tentativa de controlo da propagação da doença (Sengel, 2021). Assim sendo, estas restrições condicionaram a liberdade de escolha dos destinos e “orientaram para o turismo doméstico, ou em países próximos” (Sengel,

¹<https://ecotourism.org/news/ties-announces-ecotourism-principles-revision/>

2021, p.222). Confinamento, recolher obrigatório, utilização obrigatória de máscaras, desinfecção constante das mãos e superfícies, distanciamento social, alterações aos horários e à capacidade dos estabelecimentos, são exemplos de medidas adotadas em vários países para tentar o controlo da pandemia. De um modo geral, a economia mundial foi fortemente afetada, com a generalidade dos países a estímarem prejuízos avultados, que derivam das consequências da pandemia.

A Organização Mundial do Turismo (UNWTO)² afirmou que o turismo global terá sofrido em 2020 o seu pior ano desde que há registos, tendo as chegadas internacionais caído 74%. Para além disso, a UNWTO indica também que entre 100 e 120 milhões de empregos diretos no turismo estão em risco.

“Com o fluxo de viajantes nacionais e internacionais interrompido, uma parte dos negócios voltados para os serviços de turismo ficam com poucos clientes, se houver” (Lapointe, 2020, p. 635).

As projeções para o setor do turismo são negativas e, por isso, são necessárias soluções no imediato com o objetivo de tentar mitigar as quebras. Este setor poderá adaptar-se às necessidades das comunidades locais de forma a obter rendimentos e criar uma “estratégia de sobrevivência”. Para além disso, poderá apostar de forma consistente na segurança sanitária (Lapointe, 2020), através da constante desinfecção de equipamentos e espaços e da adaptação de espaços e atividades ao distanciamento social.

Spalding et al. (2020), Galvani et al. (2020) e Romagosa (2020) evidenciam que, num período pós-COVID-19, a procura turística e a pressão exercida pelo mercado tenderão a aumentar a consciencialização do valor da natureza e da dependência do setor do turismo na natureza. Acrescenta ainda que muitos viajantes procurarão locais mais amplos, ao ar livre, como por exemplo locais

mais remotos e menos desenvolvidos, tanto em áreas costeiras como em áreas rurais, assim como parques naturais e parques nacionais. Por fim, o autor enaltece a necessidade de valorizar de forma holística todo o turismo que dependa ou esteja relacionado com a natureza ou com ecossistemas naturais.

Um estudo de McGinlay et al. (2020, p.5) “observou um aumento de visitantes, nas 14 áreas protegidas estudadas, principalmente durante o verão, comparativamente ao mesmo período do ano anterior.” Através do mesmo estudo, é perceptível que em algumas áreas protegidas estudadas, o fluxo de visitantes foi muito superior ao previsto.

Como consequências da pandemia, Spalding et al. (2020) afirmam que os viajantes e turistas procuram evitar multidões e cidades poluídas. Esta afirmação, está de acordo com o aumento de visitantes nas áreas protegidas, reportado por McGinlay et al. (2020), que justificam esse aumento com a sensação de segurança das pessoas ao ar livre e em locais mais isolados.

A pandemia forçou alguns países a adotarem medidas mais impactantes no quotidiano, sobretudo o confinamento. Nos países sem confinamento total, verificou-se um “aumento significativo no ciclismo e atividades ao ar livre” (Gössling et al., 2021, p.14).

Um dos pontos negativos do impacto da COVID-19 no turismo das áreas protegidas foi o facto de “diversas atividades que são organizadas regularmente nos parques, como visitas guiadas e festivais, tiveram que ser canceladas ou limitadas a um número muito reduzido de participantes” (McGinlay et al., 2020, p.6).

O reforço de ligações com as comunidades locais, referido por Lapointe (2020) identifica-se com a consciencialização para o desenvolvimento sustentável descrito por Galvani et al. (2020). A COVID-19 irá estimular pessoas, negócios e governos a adotar novas formas de pensar e de se

²<https://www.unwto.org/impact-assessment-of-the-COVID-19-outbreak-on-international-tourism>

comportar com vista ao desenvolvimento sustentável. “A verdadeira sustentabilidade apenas ocorrerá quando existir uma valorização global do quotidiano dos indivíduos e das culturas” (Galvani et al., 2020, p.567). A gestão dos destinos turísticos terá um papel relevante no período pós-pandemia (Seraphin & Dosquet, 2020).

Empresas ou destinos que possuem uma oferta mais diversificada e, por conseguinte, menos dependentes de um mercado em particular, dispõem de uma maior capacidade de resiliência e, teoricamente, terão maior aptidão para responder às adversidades causadas pela pandemia COVID-19. As empresas e destinos que não contribuem para o *overcrowding* acrescentam valor ao destino e são uma referência, pois apresentam condições favoráveis ao setor do turismo em tempos de pandemia e pós-pandemia (Romagosa, 2020).

Romagosa (2020) realça as pequenas empresas que oferecem produtos de ecoturismo ou produtos baseados no património natural e cultural local e não contribuem para a superlotação, oferecendo experiências de alta qualidade para os turistas e alto valor agregado ao destino.

Uma série de possíveis impactos da pandemia (COVID-19) no turismo, que se poderão estender por períodos temporais distintos, são enumerados por Galvani et al. (2020). A distância social e uma crescente importância da higienização e limpeza são práticas que se estenderão, mesmo após a pandemia. A população valorizará de forma crescente o “direito a viajar”, apesar de se prever um aumento dos custos. Outro impacto considerado pelos autores será uma abordagem recorrentemente mais tecnológica e a robotização do setor para a monitorização de pessoas e produtos e, consequentemente, um aumento do teletrabalho. É prevista uma valorização das interações sociais e do ambiente natural, tal como é possível que as empresas tenham maior preocupação com os seus trabalhadores e com a comunidade.

Polyzos et al. (2020) conduziram um estudo com o objetivo de perceber o impacto da COVID-

19 nas chegadas de turistas provenientes da China para os EUA e a Austrália. O estudo percecionou uma queda significativa nas chegadas de turistas chineses aos países estudados. Os autores indicam um período temporal de dificuldades até os valores regressarem às tendências anteriores à pandemia. O período estimado foi de cerca de um ano e seis meses. Esta visão temporal aproxima-se da visão da UNWTO, que assinala o ano de 2021 para o início da recuperação internacional. Consequentemente, o setor do turismo enfrentará dificuldades significativas à escala mundial, pois, segundo os autores, o estudo não se adequa apenas aos EUA e à Austrália. Para além disso, é da China que são provenientes muitos turistas e esta contenção e alteração do mercado chinês causará problemas à escala global. A perspetiva de Binggeli et al. (2020) aponta 2021 como um ano em que os valores do turismo, a nível mundial, estarão entre os 60% e os 85% daqueles registados em 2019. Mais, a recuperação da tendência de evolução do turismo poderá verificar-se apenas em 2023 ou 2024 (Binggeli et al., 2020). O tempo de recuperação do setor do turismo não será universal. O estudo de Binggeli et al. (2020) indica projeções de recuperação da tendência do Turismo em 10 países. A recuperação na Alemanha deve ser mais acelerada, prevendo-se 2022/2023 como ano de regresso às tendências pré-COVID-19. Por outro lado, em Espanha as projeções apontam para 2023/2024, devido a uma severa dispersão do vírus e a uma posição económica frágil e dependente de viagens de outros países. Por fim, espera-se que nos Estados Unidos da América, no Reino Unido e no Japão a recuperação se verifique em 2024 e, no caso do Japão, até em 2025. Isto deve-se, no caso dos E.U.A, a um impacto significativo na saúde, no Reino Unido a uma resposta lenta à COVID-19, ao BREXIT e a uma dependência elevada das viagens aéreas, e no Japão a um crescimento macroeconómico baixo (Binggeli et al., 2020).

3. Contextualização Geográfica

Parque Nacional da Peneda-Gerês

A vida selvagem, a natureza e, principalmente, a conservação de ecossistemas no seu estado natural foram determinantes para a única designação de Parque Nacional em Portugal, atribuída ao PNPG (Martins, 2018). O PNPG localiza-se numa região de fronteira no norte de Portugal, e o seu território difunde-se em cinco municípios: Arcos de Valdevez, Melgaço, Montalegre, Ponte da Barca e Terras de Bouro.

De acordo com Pereira et al. (2020) e Martins (2018), a riqueza e diversidade de património (cultural, natural, gastronómico, entre outros) do PNPG permite uma oferta turística ampla, abrangendo turistas com motivações variadas. No entanto, o PNPG acaba por ser associado principalmente ao contacto com a natureza e à biodiversidade do território, sendo reconhecido pela UNESCO como Reserva Mundial da Biosfera, e como uma das 7 maravilhas naturais de Portugal (Martins, 2018).

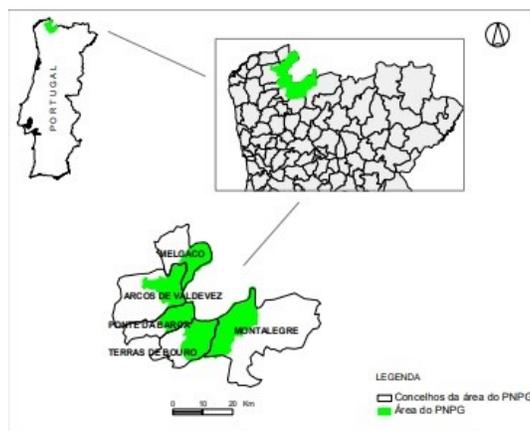


Figura 1 | Parque Nacional da Peneda-Gerês
Fonte: Fontes & Gonçalves, sem data

O PNPG é uma área classificada de alto valor ecológico, ambiental e cultural e, por isso, detentor de um grande potencial turístico. O turismo é um sector económico cada vez mais valorizado no contexto local, face à perda de importância de outras atividades económicas, nomeadamente da agricultura e pastorícia. O turismo de natureza, associado à promoção de práticas e programas turísticos de reduzido impacto e de grande valorização ambiental e sociocultural, pode, neste sentido, representar uma oportunidade importante para o desenvol-

vimento sustentável do território, em harmonia com os princípios fundamentais da conservação da natureza e da biodiversidade (Instituto da Conservação da Natureza e da Biodiversidade, 2008, p.119).

Tratando-se de uma área protegida, a forma como o turismo é equacionado necessita de especial atenção. Todo o planeamento de estratégias de turismo e de marketing de uma área protegida deve privilegiar a conservação do espaço. Martins (2018, p.92), salienta precauções necessárias acerca do marketing de áreas protegidas: “No entanto, este marketing deve ser encarado com alguma precaução, pois se, por um lado, é positivo o

aumento do fluxo de turistas para dinamizar a economia local, por outro, pode ser prejudicial, visto o aumento da carga turística causar impactos negativos no ecossistema” (citado em Laranjo, 2011; Martins, 2017).

“Os turistas de aventura são apaixonados e dispostos a correr riscos” (World Tourism Organization, 2014, p. 10).

O PNPG é um espaço que reúne um conjunto de condições que o enaltece como destino apetecível para a prática de turismo de aventura. Uma investigação de Pereira et al. (2020) apresentou os principais riscos do PNPG. “Identificaram-se como principais perigos no PNPG, o declive orográfico, as condições meteorológicas adversas e os animais venenosos” (Pereira et al., 2020, p. 120). Para além disso, foram considerados dois tipos de risco: risco de perda e risco de queda. A investigação, para além de classificar cartograficamente os trilhos pela suscetibilidade para perdas e quedas, concluiu que o concelho de Terras de Bouro é o concelho onde se registam mais acidentes, com especial incidência na freguesia de Vilar da Veiga, local onde se registou o maior número de quedas. Em Vilar da Veiga encontram-se algumas das cascatas mais famosas do PNPG como: a Cascata do Arado, a Cascata de Leonte, a Cascata da Laja e as Cascatas de Fecha de Barjas, também denominadas por Cascatas do Tahiti (Pereira et al., 2020).

De acordo com o ICNB (2008), a prática de atividades *outdoor*, no PNPG, pode realizar-se de várias formas: através de eventos organizados, através das empresas de animação turística que proporcionam a prática de atividades *outdoor*, incluindo atividades em grupo e, por fim, algumas atividades podem ser realizadas individualmente sem organização de nenhuma entidade, apenas de acordo com a intenção de quem as pratica, como por exemplo caminhadas nos trilhos do Parque Nacional, ainda que os visitantes não possam aceder livremente a todo o território do PNPG.

A pressão exercida pelos visitantes não é constante em todo o Parque, algumas áreas têm ín-

dices de procura superiores a outras, contribuindo para vulnerabilidades mais elevadas em pontos específicos do PNPG. A sazonalidade tem impactos negativos para a sustentabilidade económica do setor do turismo, porque nos meses de época baixa a procura é bastante inferior àquela verificada em época alta (ICNB, 2008).

De acordo com o ICNB (2008), inúmeros problemas foram associados à pressão turística. Entre os quais:

- (i) Áreas sobrecarregadas, no que diz respeito ao número de visitantes (com visitas não estruturadas), agravado pelas práticas recreativas e desportivas;
- (ii) Deposição de lixo nos locais mais visitados;
- (iii) Congestionamento rodoviário e estacionamento desordenado;
- (iv) Atividades turísticas desajustadas às características da área;
- (v) Utilização desadequada de recursos do Parque;
- (vi) Atividades turísticas clandestinas.

Segundo a Revisão do Plano de Ordenamento do Parque Nacional da Peneda-Gerês de 2008, os locais mais vulneráveis à pressão turística são:

- (i) Mata de Albergaria - excesso de visitantes no período de Verão, devido à atratividade do local e dos acessos (lagoas do Rio Homem, Geira Romana, Albufeira de Vilarinho das Furnas e outros trilhos);
- (ii) Albufeira de Vilarinho das Furnas – atividade banear, pesca, mergulho, navegação com embarcações não motorizadas, deposição de lixo e abertura de caminhos para acesso à água (Câmara Municipal de Terras de Bouro pretendia a instalação de uma praia fluvial, sem prejuízo para os recursos naturais;

(iii) Albufeira da Caniçada – um dos pontos com maior pressão turística, quer nas margens com várias unidades de alojamento e restaurantes quer no plano de água, através de diversas atividades de lazer promovidas por operadores turísticos ou privados;

(iv) Planalto de Castro Laboreiro – pressões relacionadas com veículos motorizados e suas atividades;

(v) Trilhos localizados nas zonas de proteção da Área de Ambiente Natural;

(vi) Cursos de água (rios e ribeiros) – Aglomerações de visitantes no Verão;

(vii) Caminhos florestais – Pressão relacionada com atividades todo-o-terreno.

Dados estatísticos provenientes de um estudo da empresa SIBS Analytics para o Turismo de Portugal, referentes ao período de 1 de julho a 15 de setembro de 2020, demonstram que, em Portugal, houve um decréscimo global de 9% no valor de operações e compras físicas ou levantamentos face ao período homólogo de 2019. A tendência negativa verifica-se também na região Norte, com perdas de 6% em relação ao mesmo período de 2019. Contudo, um dos destaques destes dados estatísticos correspondentes a um período temporal integrado na pandemia COVID-19 é Terras de Bouro (um dos municípios do PNPG), que teve um aumento de 16% face ao período homólogo do ano anterior (2019), afirmando-se como o segundo município que registou um maior aumento e, acima de tudo, contrariando a média nacional.

Perfil do visitante do PNPG 2020

Um estudo levado a cabo pela Câmara Municipal de Terras de Bouro e da equipa “Gerês Seguro 2020” reuniu um conjunto de dados com o objetivo de traçar o perfil do visitante no Gerês (Terras de

Bouro), nos meses entre julho e outubro de 2020. O inquérito foi aplicado em seis pontos de recolha, todos no município de Terras de Bouro: Miradouro da Pedra Bela, cascatas de Fecha de Barjas, Portela do Homem, praia fluvial de Alqueirão, Campo do Gerês e Vila do Gerês. Contabilizou-se um total de 258 respondentes.

Este estudo traz uma perceção do perfil do visitante da área protegida (PNPG), num ano de pandemia, marcado por alterações e limitações no quotidiano e no planeamento dos períodos de férias das pessoas. Para além de indicar características dos visitantes, o estudo indica também perceções dos visitantes sobre o Parque, aproveitando para identificar problemas.

Cerca de 45% dos inquiridos revelaram estar pela 1ª vez no Gerês, o que é revelador da elevada capacidade do destino para atrair novos visitantes, em 2020.

A maioria dos visitantes viaja em grupos de 2 a 5 pessoas; contudo, por representar uma escala tão abrangente, era necessário dividir esta classe de forma a possibilitar uma leitura mais eficaz, como, por exemplo, perceber se a maioria dos visitantes é formada por casais, famílias ou grupos de amigos.

A nacionalidade predominante é a portuguesa (91,1% dos inquiridos). Esta informação vai ao encontro das restrições impostas devido à pandemia, como as limitações fronteiriças, que dificultaram a entrada de visitantes estrangeiros, e dificultaram a saída de portugueses para visitar locais fora do país. Aqui, a questão da nacionalidade devia ser colocada de outra forma, como por exemplo: perguntando pelo país de origem, pois há respondentes com nacionalidade estrangeira, contudo residem em Portugal, como se percebe pelo número de respostas à questão da região do país de onde vem.

A proveniência dos visitantes é vincadamente da região Norte (59%) e vai decrescendo até atingirmos a região mais a sul de Portugal continental, o Algarve (0,4%).

Acerca do tempo de estadia, destacam-se as

estadas de “2 dias” (22,9%) e “3 dias” (22%). Porém, as respostas distribuíram-se por outras opções de forma relevante, como “1 dia” (16,3%) e “De passagem” (15,1%). Em suma, o Gerês é um destino procurado principalmente por visitantes/turistas que pretendem uma estadia de curta duração.

As tipologias de alojamento mais procuradas pelos turistas são: parques de campismo, hotéis e alojamentos locais. Contudo, verificou-se que o grupo mais representado (34,2%) não está alojado. Aos inquiridos que se incluem neste grupo foi-lhes perguntado se tinham intenção de voltar. A maioria dos inquiridos demonstrou intenção de voltar (66,3%), enquanto grande parte colocou a hipótese de voltar (30,8%) e apenas 2,9% não tem intenção de regressar ao Gerês.

Realça-se o papel dos restaurantes, onde mais de 50% dos inquiridos revelou interesse em experimentar. Porém, em relação às experiências turísticas, apenas uma pequena percentagem de respondentes (10,9%) pretende usufruir dessas atividades.

Os respondentes destacaram os motivos para visitar o Gerês. Evidenciam-se “a beleza da natureza (19,9%), “lagoas e cascatas” (16,1%) e miradouros (13,5%). É de realçar um elevado número de escolhas da opção “está na moda” (8,5%).

Grande parte dos visitantes que visita o Gerês fá-lo sem visitar outros destinos (43,5%). Todavia, uma parcela mais pequena (30,9%) visita outros destinos no Minho. Douro, Porto, Trás-os-Montes e Galiza, surgem como outros locais de visitaçao dos turistas que procuram o Parque.

Por fim, mas não menos importante, os inquiridos foram questionados acerca dos maiores problemas do Gerês. Há quatro opções de resposta mais visadas pelos inquiridos: estacionamento (22,9%), limpeza (22,5%), mobilidade dentro do Parque (17,5%) e excesso de visitantes (16,3%). Estes problemas estão relacionados com a capacidade do Parque em acolher visitantes, que em número excessivo causam constrangimentos de estaciona-

mento, mobilidade e possivelmente de limpeza, que pode estar diretamente ligada à maior e mais dispersa deposição de lixo.

4. Metodologia

Na presente investigação foi utilizada uma metodologia de natureza exploratória, onde se realizou uma análise documental e entrevistas semiestruturadas a agentes relacionados com o Parque Nacional Peneda Gerês e com turismo *outdoor*, nomeadamente o município de Terras de Bouro, Adere – Peneda-Gerês e Porta do Lindoso (uma das cinco portas do PNPG). Esta metodologia permitiu obter opiniões e perceções dos entrevistados, conhecedores das dinâmicas do PNPG. Note-se a importância das entrevistas, pois o período em estudo é bastante atual e os dados estatísticos são escassos. Assim, foram atribuídas designações a cada entrevistado, de forma a garantir a confidencialidade dos mesmos (Entrevistado 1, Entrevistado 2, Entrevistado 3).

5. Resultados

O PNPG não apresenta um número real de visitantes anuais. No parque é realizada uma estimativa com base no número de visitantes que passa pelas cinco portas do Parque, nos centros de interpretação e nos bilhetes vendidos na Mata da Albergaria. Portanto, todos os visitantes que vagueiam livremente pelo Parque e fazem o seu percurso sem passar por estes locais, não são contabilizados.

No entanto, através das entrevistas realizadas, foi possível aferir a perceção dos entrevistados relativamente à evolução do turismo, de um modo geral e no PNPG, em particular; à evolução do turismo *outdoor* e motivação do turista para visitar

o PNPG; e ao impacto da COVID-19 no turismo *outdoor* do PNPG.

Evolução do Turismo no PNPG

Quando questionados acerca da evolução do turismo no PNPG na última década, os entrevistados convergiram nas suas opiniões, apontando para um aumento gradual de visitantes, apesar de o Entrevistado 1 ter referido ligeiras quebras em 2013/2014, fruto da crise económica. O Entrevistado 1 realça que o turismo foi a solução encontrada pelo país para uma mais rápida recuperação económica e que, nos anos seguintes, os números de visitantes do Parque dispararam novamente. O Entrevistado 2 justifica o aumento do número de visitantes com a crescente promoção por parte dos municípios e do maior número de empresas a operar no território do Parque. Referiu ainda que a estimativa de 2019 apontava para cerca de 100 mil visitantes, uma estimativa que peca por escassa e distante do número real de visitantes.

O PNPG como destino turístico é fortemente afetado pela sazonalidade. Unanimemente, os três entrevistados apontaram os meses de verão (especialmente julho e agosto) como os meses que se destacam no que respeita à procura turística. Fora da época de maior procura, as entidades presentes no Parque, nomeadamente as Portas do Parque, apostam noutro tipo de público alvo, através de visitas organizadas, sobretudo para a comunidade escolar. Porém, nos meses de outono e inverno, os números de visitantes são bastante baixos, consequência de cancelamentos devido a constrangimentos causados pela pandemia. Todavia, no que respeita às empresas de animação turística, o Entrevistado 2 tem notado que algumas continuam a trabalhar a um bom ritmo nos meses subsequentes ao verão, notando-se sobretudo a presença de grupos estrangeiros.

As atividades físicas ao ar livre mais destacadas pelos entrevistados foram: a caminhada, o BTT e

a canoagem, para além das atividades de lazer possíveis no Parque como a visita de miradouros, cascatas e planos de água, de um modo geral.

Há grandes entraves que dificultam a contagem de visitantes no Parque. Os entrevistados enalteceram a importância de se aproximar o número anual considerado do número real. Indicaram vários entraves que dificultam esse processo, como por exemplo: o facto de não existir um regime de bilhete, pulseira ou chip; ou até o facto de o Parque não ter uma única entrada e uma única saída. Posto isto, está em curso um projeto em conjunto com a Galiza (do qual ainda não são conhecidos os detalhes), em que o a Entidade Regional de Turismo do Porto e Norte de Portugal e o Turismo da Galiza tentam fazer a contabilização, através do número de telemóveis presentes no Parque, para assim perceber quantas pessoas passariam pelo Parque, num número o mais aproximado possível da realidade. O Entrevistado 3 indica que “esse sistema era importante, não apenas para contabilizar visitantes, mas também para aferir a carga humana e possibilitar uma proteção mais eficaz do único Parque Nacional do país”.

Evolução do turismo *outdoor* no PNPG e motivação do turista

O turismo *outdoor* no PNPG teve um crescimento ainda mais acentuado do que o setor do turismo de uma forma geral, no Parque. “Até há alguns anos associava-se as atividades *outdoor* a atividades radicais. Agora, como sabem que há atividades segmentadas para crianças, para adultos, para pessoas com experiência, sem experiência, a procura é muito maior” (Entrevistado 2). A oferta teve capacidade de acompanhar a procura praticamente ao longo de todo o território do Parque e de criar condições para tornar as suas atividades acessíveis a um maior número de pessoas. No Parque Nacional, a maioria dos praticantes de atividades *outdoor* opta por aquelas com dificuldade e

exigência mais baixas (atividades *Soft*). Contudo, o número de visitantes que procuram atividades *Hard* tem vindo a aumentar, sobretudo através de grupos de jovens que pretendem realizar atividades mais radicais ou com grau de exigência maior.

Acompanhando o crescente protagonismo do turismo *outdoor* no PNPG, o número de eventos com a atividade física multiplicou-se por todo o território do Parque.

A frequência com que estes eventos estão disponíveis em alguns casos do PNPG quintuplicou. Passaram de um pequeno número de eventos por ano, para uma agenda repleta de eventos desportivos de natureza. O Entrevistado 2 realça o apoio do *ultra runner* Carlos Sá, que impulsionou diversos eventos de *trail running* no território do Parque, existindo já atualmente outras associações a organizarem essas provas. Mais, a dimensão destes eventos tem sido cada vez maior, onde as listas de inscritos rondam as 2000 pessoas. O número de eventos aumentou rapidamente, o número de participantes também tem crescido, e o que motivou o aumento da procura deveu-se a um conjunto de fatores favoráveis. Desde logo, o facto de o Parque ser o único Parque Nacional do país, ter paisagens deslumbrantes, conseguir aglomerar um conjunto de pontos de interesse numa área geográfica pequena e todos os fatores despertam a curiosidade pela área protegida, realça o Entrevistado 1. O Entrevistado 3 aponta para a qualidade da organização, para a intenção de voltar e para a divulgação *word-of-mouth*, como principais fatores que permitiram estes aumentos. Para complementar estas ideias, o Entrevistado 2 justifica o aumento da procura por estes eventos com a maior divulgação feita pelas entidades organizadoras e promotoras.

Os Entrevistados elencaram uma série de motivações para visitar o Parque: os recursos naturais diversos (alta montanha, planaltos, praias fluviais, quedas de água, florestas, entre outros) e concentrados num espaço pequeno e de fácil acesso e visita são as motivações principais para a escolha

do Parque por parte dos turistas *outdoor*. O Entrevistado 2 acrescenta, ainda, o facto de o PNPG ter serviços de hotelaria e restauração, possibilitando a estadia e poupando deslocações a quem visita.

O Impacto da COVID-19 no turismo *outdoor* do PNPG

Quando confrontados com o estudo da SIBS Analytics que sugeria um aumento de visitantes no verão de 2020 face ao verão 2019 em Terras de Bouro, todos os entrevistados tiveram uma perceção condizente ao estudo, ou seja, o aumento do número de visitantes. Os entrevistados também relataram que as generalidades dos empresários de turismo demonstraram satisfação com o ano de 2020, sobretudo com os meses de verão. Ainda sublinharam um aumento nas reservas de alojamento, e restaurantes sempre abertos, provavelmente porque os portugueses se sentiram mais seguros em áreas de natureza do que em habituais destinos de cidade ou de praia. Para além disso, com os constrangimentos fronteiriços, muitos portugueses optaram pelo turismo interno, o que beneficiou o PNPG enquanto destino turístico. Por outro lado, e também devido aos impedimentos fronteiriços, o número de visitantes estrangeiros foi consideravelmente menor, como era expectável. “Este ano foi exceção. O turista que veio este ano não é um turista de natureza, é um turista que se viu impedido ou limitado na escolha do local para passar uns dias, tal como aconteceu no panorama europeu. Outras áreas protegidas com as quais tive contacto e conhecimento também sofreram do mesmo”, referiu o Entrevistado 2. Os Entrevistados 2 e 3 acreditam que este aumento se estendeu a todos os municípios do PNPG, mas Terras de Bouro destacou-se devido à maior capacidade de alojamento. Por outro lado, o Entrevistado 1 admite que alguns concelhos possam ter perdido visitantes, até porque, quanto a visitantes contabilizados pelas Portas do Parque, houve

um decréscimo em alguns municípios. Este decréscimo deveu-se ao facto de serem cancelados os programas educativos realizados pelas portas, os eventos desportivos, entre outras atividades. Porém, como a estimativa de visitantes feita pelas Portas do Parque apenas contabiliza aqueles visitantes que contactam com elas, admitir que houve um decréscimo de visitantes nos municípios (influenciado pelos dados estatísticos fornecidos pelas Portas do Parque) pode ser uma conclusão que não represente a realidade.

A procura dos turistas portugueses pelo território do Parque aumentou. O que contribuiu para esse aumento, de acordo com o Entrevistado 3, foi o facto do preço ser convidativo e da marca “Gerês” ser um destino que “está na moda”. O reconhecimento atual do “Gerês” vem sobretudo da divulgação feita sobre o Parque, e todos os entrevistados realçaram o papel fulcral das redes sociais em promover o destino, através de fotos deslumbrantes, criando uma espécie de *word-of-mouth* pelas redes sociais.

Com o cancelamento dos eventos desportivos, os municípios do PNPG perderam visitantes *outdoor*, de forma considerável. Porém, o Entrevistado 2 indica que, por outro lado, as empresas de animação turística que proporcionam outro tipo de atividades físicas ao ar livre tiveram um verão provavelmente melhor do que no ano anterior e continuam a operar com grupos de menor dimensão.

Por fim, todos os Entrevistados revelaram preocupação com o futuro do Parque Nacional, em controlar a massificação do turismo e aferir potenciais danos que prejudiquem a natureza e os recursos naturais do Parque. Alguns pontos de vista preferem uma redução do número de turistas, desde que nunca se traduza numa redução da receita, ou seja, pretende-se um turista com elevado poder de compra. Assim, pretende-se caminhar para a maior sustentabilidade económica e ambiental do PNPG, tendo em atenção a capacidade de carga do destino que, apesar de não ter sido atingida nos meses de maior procura, apresenta pressões excessivas em algumas áreas (todos os entrevistados).

Em suma, as perceções relativamente aos impactos da COVID-19 no PNPG foram, de modo geral, positivos para o setor do turismo. Notou-se um número elevado de visitantes e a restauração e hotelaria registaram números positivos, essencialmente nos meses de Verão, em sentido contrário face ao cenário verificado no País e no Mundo. Os eventos de atividades *outdoor* foram cancelados. Porém, as empresas que proporcionam atividades *outdoor* estiveram sempre no ativo e a trabalhar com grupos. Portanto, os visitantes *outdoor* que se perderam com o cancelamento dos eventos, foram, de certo modo, compensados pela elevada procura de atividades *outdoor*. Os entrevistados indicaram ainda, como consequência da COVID-19, o elevado número de novos visitantes e a grande maioria dos visitantes de nacionalidade portuguesa. Estas afirmações vão ao encontro dos resultados do estudo da equipa “Gerês Seguro 2020”, que indica que cerca de 45% dos visitantes do Gerês, em 2020, fizeram-no pela primeira vez, estimando-se que mais de 90% dos visitantes tenham nacionalidade portuguesa.

6. Conclusão

O turismo, de forma global, tem vindo a registar um aumento gradual, ao longo dos últimos anos no PNPG, assim como em Portugal. Contudo, num ano de 2020 marcado pela pandemia COVID-19 registaram-se quebras a nível nacional e mundial. O turismo do PNPG acabou por beneficiar com a pandemia, perfeitamente com o aumento de visitantes, contrariamente à maioria dos destinos nacionais e mundiais. Verificou-se um aumento pela procura de áreas mais remotas e ao ar livre, onde se enquadram as áreas protegidas.

Relativamente ao Gerês, todos os dados e perceções apontam no sentido de um aumento do número de visitantes, nos meses de verão. Verificou-

se um elevado número de novos visitantes, o que de certo modo exalta a curiosidade dos visitantes pelo destino. Os turistas portugueses representaram a maioria, o que seria de esperar face às restrições e limitações em atravessar fronteiras, causadas pela pandemia. Nos meses de época baixa, o número de turistas *outdoor* diminuiu significativamente, devido ao cancelamento de eventos de atividades *outdoor* com milhares de participantes, contribuindo, assim, para o aumento da sazonalidade. Por outro lado, as empresas de animação turística com atividades *outdoor* tiveram uns meses de época alta descritos pelos entrevistados como muito bons, relativamente a anos anteriores. É difícil justificar com dados se houve aumento ou diminuição de turistas *outdoor*, pois o PNPG não consegue contabilizar aqueles que, livremente pela área aberta do Parque, praticam a sua atividade física. Os eventos são muito bons para combater a sazonalidade da procura no Parque (Fernandes et al., 2020), mas com o seu cancelamento verificou-se uma discrepância maior em 2020.

Por fim, destacar a importância da intenção de voltar por parte dos visitantes, para a recuperação do setor do turismo em Portugal. “A dependência no turismo interno poderá determinar a velocidade de recuperação” (Binggeli et al., 2020).

Sugestões para trabalhos futuros

De um modo geral, após a realização desta investigação percebeu-se a necessidade de explorar as redes sociais como via de comunicação e promoção do destino, associadas ao PNPG. Foi algo que todos os participantes referiram e um tema que consideraram relevante para investigações nesse sentido.

Por fim, para futuras investigações, a sustentabilidade (ambiental, económica e social) do Parque é algo pertinente, devendo, por isso, ser considerado e alvo de reflexões.

Limitações ao estudo

Este estudo deparou-se com uma limitação que acabou por condicionar as análises e perspetivas: o desconhecimento do número de utilizadores do parque, sublinhando assim o mesmo problema identificado por Pereira et al. (2020). Ainda que este desconhecimento não seja total, dada a existência de atuais estimativas, apresenta-se distanciado do número real pela escassez de meios para aferição real de visitantes.

Por força do estado pandémico, que provocou uma maior indisponibilidade por parte de potenciais entrevistados, que complementariam a informação recolhida, o presente estudo apresenta uma limitação relativamente ao número de entrevistas realizadas.

Agradecimentos

TURNOUT: Desenvolvimento do Turismo *outdoor* da Região Norte de Portugal”, com referência POCI-01-0145-FEDER-032289, suportado pelo orçamento do Programa Operacional Competitividade e Internacionalização na sua componente FEDER, através do Programa Operacional Regional do Norte, e pelo orçamento da Fundação para a Ciência e a Tecnologia na sua componente OE. UNIAG, unidade de I&D financiada pela FCT – Fundação para a ciência e a Tecnologia, Ministério da Ciência, Tecnologia e Ensino Superior, no âmbito do projeto “UID/GES/04752/2016”.

Referências

- Bailey, A. W., Kang, H. K., & Lewis, T. G. (2017). Outdoor Recreation and Adventure Tourism: Unique but Allied Industries. *Journal of Outdoor Recreation, Education, and Leadership*, 9(2), 244–247.
- Binggeli, U., Constantin, M., & Pollack, E. (2020). COVID-19 tourism spend recovery in numbers. McKinsey & Company, 1–9.

- Buckley, R. (2000). Neat trends: Current issues in nature, eco- and adventure tourism. *International Journal of Tourism Research*, 2(6), 437–444.
- Farkic, J. (2020). Challenges in outdoor tourism explorations: An embodied approach. *Tourism Geographies*. <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1745267>
- Fernandes, P. O., Nunes, A. M., Veloso, C. M., Santos, E., Ferreira, F. A., & Fonseca, M. J. (2020). Outdoor solutions for the seasonal concentration of tourism demand in Northern Portugal: An integrated approach based on the Gini Index. In C. R. Almeida, A. Quintano, M. Simancas, R. Huete & Z. Breda (Eds.), *Handbook of research on the impacts, challenges, and policy responses to overtourism* (pp. 364-379). IGI Global. <http://doi:10.4018/978-1-7998-2224-0.ch019>
- Fontes, A. M. P. F., & Gonçalves, A. J. B. (sem data). *Cartografia de risco de incêndio no Parque Nacional da Peneda-Gerês e gestão adequada dos recursos florestais*, 15.
- Gössling, S., Scott, D., & Hall, C. M. (2021). Pandemics, tourism and global change: A rapid assessment of COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(1), 1–20. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1758708>
- Hanna, P., Wijesinghe, S., Paliatos, I., Walker, C., Adams, M., & Kimbu, A. (2019). Active engagement with nature: outdoor adventure tourism, sustainability and wellbeing. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(9), 1355–1373. <https://doi.org/10.1080/09669582.2019.1621883>
- ICNB (2008). *Revisão do Plano de Ordenamento do Parque Nacional da Peneda-Gerês*.
- Kim, Y., Kim, C., Lee, D. K., Lee, H., & Andrada, R. II. T. (2019). Quantifying nature-based tourism in protected areas in developing countries by using social big data. *Tourism Management*, 72, 249–256. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.12.005>
- Kling, K. G., Margaryan, L., & Fuchs, M. (2020). (In) equality in the outdoors: Gender perspective on recreation and tourism media in the Swedish mountains. *Current Issues in Tourism*, 23(2), 233–247.
- Lapointe, D. (2020). *Reconnecting tourism after COVID-19: The paradox of alterity in tourism areas*, 22(3), 633–638. <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1762115>
- Martins, H. (2018). Personalidade e imagem de marca do destino: Um estudo sobre o Parque Nacional da Peneda-Gerês. *European Journal of Applied Business Management, Special Issue*, 85–108.
- McGinlay, J., Gkoumas, V., Holtvoeth, J., Fuertes, R. F. A., Bazhenova, E., Benzoni, A., Botsch, K., Martel, C. C., Sanchez, C. C., Cervera, I., Chaminade, G., Doerstel, J., Garcia, C. J. F., Jones, A., Lammertz, M., Lotman, K., Odar, M., Pastor, T., Ritchie, C., . . . Jones, N. (2020). The Impact of COVID-19 on the Management of European Protected Areas and Policy Implications. *FORESTS*, 11(11). <https://doi.org/10.3390/f11111214>
- Melo, R., Van Rheenen, D., & Gammon, S. (in press.). Nature Sports: Current Trends and the Path Ahead. *Annals of Leisure Research*
- Ministério da Economia (2015). Decreto-Lei n.º 186/2015, de 3 de setembro. Diário da República, 1ª série, N.º 172, 6947-6982.
- Narvekar, R., & Dayanand, M. S. (2020). Perceived value in adventure tourism—A study of trekkers in Himachal Pradesh with respect to satisfaction and future intentions! *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 34, 21–38. <https://doi.org/10.34624/rt.d.v0i34.22330>
- Pereira, J. E., Costa, A. F., & Santos, M. M. (2020). Avaliação da suscetibilidade associada a atividades de montanha no Parque Nacional da Peneda Gerês. Contribuições para a elaboração de um plano prévio de intervenção. *Territorium: Revista Portuguesa de riscos, prevenção e segurança*, 27(11). https://doi.org/10.14195/1647-7723_27-2_10
- Polyzos, S., Samitas, A., & Spyridou, A. Ef. (2020). Tourism demand and the COVID-19 pandemic: An LSTM approach. *Tourism Recreation Research*. <https://doi.org/10.1080/02508281.2020.1777053>
- Romagosa, F. (2020). The COVID-19 crisis: Opportunities for sustainable and proximity tourism. *Tourism Geographies*, 22(3), 690–694. <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1763447>
- Schirpke, U., Meisch, C., Marsoner, T., & Tappeiner, U. (2017). Revealing spatial and temporal patterns of outdoor recreation in the European Alps and their surroundings. *Ecosystem Services*, 31, 336–350.
- Sengel, U. (2021). COVID-19 and “New Normal” Tourism: Reconstructing Tourism. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 35, 217–226. <https://doi.org/10.34624/rt.d.v0i35.24652>
- Seraphin, H., & Dosquet, F. (2020). Mountain tourism and second home tourism as post COVID-19 lockdown placebo? *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 12(4), 485–500. <https://doi.org/10.1108/WHATT-05-2020-0027>

- Spalding, M., Burke, L., & Fyall, A. (2020). COVID-19: Implications for nature and tourism. *Anatolia*, 1–2. <https://doi.org/10.1080/13032917.2020.1791524>
- THR (Asesores en Turismo Hotelería y Recreación, S.A.). (2006). *10 produtos estratégicos para o desenvolvimento do turismo em Portugal*. Turismo de Portugal, ip.
- Wells, M. P. (1997). Economic Perspectives on Nature Tourism, Conservation and Development. *Environment Department Papers*, 55.
- Wheaton, M., Ardoin, N., Schuh, J., Hunt, C., Kresse, M., Menke, C., & Durham, W. (2015). Using web and mobile technology to motivate pro-environmental action after a nature-based tourism experience. *Journal of Sustainable Tourism*, 24(4), 594–615. <https://doi.org/10.1080/09669582.2015.1081600>
- World Tourism Organization. (2014). *Global Report on Adventure Tourism*. UNWTO.