

Experiências turísticas criativas em áreas naturais periurbanas: o caso do Parque Natural de Sintra-Cascais

Creative tourist experiences in **peri-urban natural areas**:
Sintra-Cascais Natural Park

TIAGO MARQUES LOPES * [tiago.lopes@eshte.pt]

FRANCISCO SILVA ** [francisco.silva@eshte.pt]

HENRIQUE SIMAS *** [henriquesimas@campus.ul.pt]

Resumo | O presente artigo aborda a temática do turismo na natureza responsável e oferta de experiências criativas como elementos potenciadores da sustentabilidade de espaços naturais, focando, em particular, o caso dos cenários periurbanos. Os dados apresentados resultam de uma pesquisa empírica em três territórios de gestão de habitat integrados no Parque Natural de Sintra-Cascais, envolvendo a aplicação de questionários aos visitantes e entrevistas semiestruturadas aos *stakeholders* com responsabilidade direta ou indireta na gestão destes territórios. Conclui-se o potencial da dinamização de experiências criativas nestes territórios, na medida em que o envolvimento dos visitantes num cenário de cocriação das experiências pode estimular a sua sensibilização, mudança de comportamentos e sentido de apropriação dos espaços, com consequências na resiliência global das áreas naturais periurbanas.

Keywords | Turismo na natureza, experiências, turismo criativo, áreas naturais periurbanas, Parque Natural de Sintra-Cascais

Abstract | This paper assumes responsible nature tourism and the supply of creative experiences as elements that enhance the sustainability of natural spaces, focusing on peri-urban scenarios. The presented data results from empirical research in three habitat management territories of Sintra-Cascais Natural Park with specific conservation goals, involving the application questionnaires to visitors and semi-structured interviews to stakeholders with direct or indirect responsibility on the management of

* PhD, **Professor Adjunto Convidado** na Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril. **Investigador Integrado** no Centro de Estudos Geográficos, IGOT, Universidade de Lisboa, CiTUR - ESHTe. **Investigador Colaborador** no Centro de Investigação, Desenvolvimento e Inovação em Turismo (CiTUR), Estoril - Portugal

** PhD, **Professor Adjunto** na Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril. **Investigador Integrado** no Centro de Estudos Geográficos, IGOT, Universidade de Lisboa, CiTUR - ESHTe. **Investigador Colaborador** no Centro de Investigação, Desenvolvimento e Inovação em Turismo (CiTUR), Estoril - Portugal.

*** **Doutorando** no Instituto de Geografia e Ordenamento do Território, Universidade de Lisboa.

these territories. The interest of stimulating creative experiences in these territories is concluded, as the involvement of visitors in co-creation scenarios may stimulate their sensitization, behavioural changes and sense of appropriation, reinforcing the resilience of peri-urban natural areas.

Keywords | Nature-based tourism, experiences, creative tourism, peri-urban natural areas, Sintra-Cascais Natural Park

1. Introdução

A crescente expansão do setor turístico e da procura por áreas de valor natural para fins de lazer ou prática desportiva revela oportunidades para o desenvolvimento de muitas regiões, exigindo que sejam reforçadas as ações para assegurar a conservação ambiental desses territórios (Archer, Cooper, & Ruhanen, 2005; Mason, 2008). Trata-se, porém, de uma tarefa complexa, quer pela multiplicidade de interesses dos *stakeholders* envolvidos, como pela diversidade de diversos contextos naturais, históricos e culturais, com diferentes índices de resiliência, requerendo a devida responsabilidade nas estratégias, intervenções e ferramentas lançadas (Leung, Spenceley, Hvenegaard, & Buckley, 2015).

A gestão da visitação é um aspeto fulcral nestes territórios, particularmente devido ao crescimento da procura, necessidade de controlar os fluxos, definir capacidades de carga e lidar com uma procura cada vez mais informada, experiente, autónoma, consciente e que privilegia a autenticidade das representações turísticas (Benson, 2005). Nesse sentido, os espaços naturais têm vindo a ganhar uma relevância crescente, sendo reorganizados como importantes áreas de recreação e de experiências com enorme potencial criativo (Buckley, Pickering, & Weaver, 2003; Hughes, 2011; Powell, Kellert, & Ham, 2009). Embora o contributo dos turistas e visitantes para a sustentabilidade económica dos territórios naturais seja importante, considera-se que a assunção da visitação, enquanto ferramenta predominantemente económica, é uma abordagem

reduzora, desde logo, por serem geralmente ambientes muito sensíveis, sendo essencial assegurar uma gestão integrada com cuidados particulares na conservação.

Recorrendo a uma investigação empírica sobre um conjunto de territórios naturais periurbanos no Parque Natural de Sintra-Cascais (Quinta do Pião, Núcleo de Interpretação da Duna da Cresmina e Pedra Amarela Campo Base), o presente artigo visa, de uma forma global, perceber de que forma podem as experiências turísticas criativas valorizar o papel da visitação nos territórios de conservação. Para o efeito, importa compreender se: i) efetivamente, os territórios de conservação podem apostar em experiências criativas como forma de estimular a sua resiliência, competitividade e sustentabilidade; e ii) a oferta de experiências criativas nestes territórios – em particular em áreas naturais periurbanas – é percecionada pelos visitantes e conduz à sua sensibilização sobre as medidas de gestão de habitat nele conduzidas.

2. Turismo criativo e de experiências

O turismo assume atualmente um papel dominante na vida social pós-moderna e na estruturação da identidade dos indivíduos, enquanto reconhecida fonte de satisfação e bem-estar (Sharpley & Stone, 2012). Num contexto global, os destinos turísticos procuram perpetuar a sua representatividade e distinção, sendo a experiência oferecida aos visitantes encarada como um dos eixos fundamen-

tais na sua estratégia de desenvolvimento, embora esta se mostre uma tarefa árdua, complexa, subjetiva e multifacetada (Chen, Prebensen, & Uysal, 2014).

As últimas décadas trouxeram uma rápida evolução de perfis sociológicos, culturais, tecnológicos e políticos, tendendo os turistas a revelar-se mais experientes e independentes e a privilegiar práticas mais sustentáveis, valorizando aspetos como a natureza e o ambiente, a pequena dimensão, a flexibilidade, o contacto com as populações locais, o bem-estar, a qualidade de vida e as experiências de grande valor emocional (Moscardo, 2006; Page & Connell, 2006; Tirados, 2011). Importa, desta forma, contextualizar o propósito e significado da experiência turística. Têm sido várias as abordagens dos investigadores, que desde cedo, procuraram compreender a procura associando-a à experiência turística, definindo tipologias e motivações dos visitantes, explorando a importância da autenticidade, da comodidade, da imagem ou a perceção individual de cada turista (Cohen, 1979, 1988; MacCannell, 1973; Otto & Ritchie, 1996; Quan & Wang, 2004).

Pine e Gilmore (1999), definem as experiências como eventos que envolvem indivíduos de maneira pessoal, resultando em encontros agradáveis, envolventes e memoráveis para o consumidor. A facilitação destas oportunidades cabe tanto ao turista enquanto consumidor e participante na cocriação da experiência turística, como aos destinos e operadores, enquanto produtores ou facilitadores (Prebensen, Chen, & Uysal, 2014). As organizações turísticas criam as circunstâncias e ambiente nos quais o turista pode construir a sua própria experiência, a forma como o mesmo vai interagir com o evento encenado, avaliando o processo num cruzamento de expectativas e satisfação global (Mossberg, 2007). Mas este é um processo complexo, que se inicia na fase de preparação da viagem (expectativas perante histórico pessoal), sendo posteriormente influenciado por fatores associados tanto ao produto global e específico dos destinos,

como às várias interações estabelecidas durante a viagem (Ryan, 1997; Silva & Lopes, 2020). Da sua avaliação, resultarão perceções de satisfação e consequentes padrões comportamentais.

A pertinência e complexidade desta problemática torna evidente a necessidade de desenvolvimento de investigação específica aplicada no âmbito das experiências turísticas (Ryan, 2011). Tung e Ritchie (2011: 1368), destacam a importância de estudar os atributos das experiências, definidas pelos autores como “as avaliações subjetivas e constantes (e.g. afetiva, cognitiva, comportamental), de eventos relacionados com a atividade turística, que se desenrolam antes (e.g. planeamento e preparação), durante (e.g. no destino) e depois da viagem (e.g. recordações)”.

Atualmente, existe um número crescente de consumidores que dão especial importância à autenticidade das experiências e ao equilíbrio entre o controlo disponibilizado pela experiência e a espontaneidade, liberdade e autoexpressão. Particularmente sobre o turismo, Maitland (2007) sugere que uma parte considerável dos turistas procura lugares de evolução orgânica, onde a cultura local esteja “viva”, logo percecionados como mais autênticos. Dentro desse contexto, o conceito de criatividade pode ser utilizado para promover o envolvimento das comunidades locais e a interação destas com os visitantes, valorizar a autenticidade e responder à necessidade de autodesenvolvimento (Cruz, Perestrelo, Gato, & Costa, 2019; Silva & Lopes, 2020). Todos os tipos de turismo, destinos e produtos, têm a ganhar se, de uma forma responsável, reforçarem a sua oferta experiencial, pois esta permite acrescentar valor e promover um maior envolvimento e satisfação dos turistas. Uma das principais vantagens do turismo criativo para o destino, é a possibilidade de fornecer um novo meio de distinguir e revitalizar produtos endógenos (Carvalho, Costa, & Ferreira, 2019; Richards & Raymond, 2000).

A ligação das experiências criativas aos destinos turísticos, encontra-se, de igual modo, asso-

ciada ao conceito de turismo educacional, entendido como a educação através de experiências, em que os participantes viajam com o objetivo principal de se envolverem em experiências de aprendizagem diretamente relacionadas com o destino (Bodger, 1998). De facto, embora derive efetivamente de uma base de inovação com novos formatos do pensar e realizar (Richards & Wilson, 2007), o conceito de turismo criativo sugere a existência de turistas interessados em contactar diretamente com aspetos da cultura da comunidade, participando e interagindo de forma ativa, valorizando deste modo a sua experiência (Richards & Raymond, 2000).

Embora o turismo criativo seja muito conotado como uma mudança para novos formatos de consumo no turismo cultural, resultando na reformulação da identidade e subjetividade para ganhos de capital cultural, alguns autores salientam que importa compreender igualmente as alterações de foro criativo noutros contextos de desenvolvimento, como a performance associada à relação entre a sociedade e a sustentabilidade (Corá & Henriques, 2021; Gonçalves & Costa, 2022), por via de inúmeros segmentos turísticos como o turismo na natureza, turismo rural, o ecoturismo ou o turismo de aventura (Cloke, 2007; Richards, 2019; Silva & Lopes, 2020).

3. Problemática da investigação

Os destinos e as organizações têm reformulado as suas opções estratégicas no sentido de oferecerem modelos mais focados nos seus elementos distintivos e mercados alvo, verificando-se a valorização dos aspetos relacionados com a animação e experiência ambiental, desportiva ou cultural dos visitantes (Silva & Carvalhinho, 2017). Estas perspetivas exigem inovação no planeamento, gestão e novas políticas no setor turístico, com notória capacidade de adaptação face às alterações globais

que o setor vem assistindo, introduzindo novos sistemas, modelos, ferramentas e tecnologias capazes de melhorar a competitividade e sustentabilidade dos destinos (Dwyer, 2005).

No contexto específico do turismo na natureza (pressupondo-se no presente artigo uma abordagem mais ampla e eficiente do que a definição de “turismo de natureza” que figura a nível nacional), as áreas naturais periurbanas vêm merecendo a atenção crescente da academia, existindo diversos estudos que relacionam a sua proximidade a zonas urbanas com diversidade de práticas, conflitos, impactes ou tolerância na utilização dos territórios (Koynova, Koleva, Dragoeva, & Natchev, 2019; Lopes & Silva, 2022). Estes territórios, localizados em faixas geográficas de transição e interação, onde por sistema as atividades urbanas e rurais se justapõem, compreendem valores naturais, culturais e paisagísticos significativos, expostos à pressão de transformações recorrentes (Douglas, 2006).

No que respeita às suas dinâmicas de visitação, as áreas naturais periurbanas demonstram especificidades decorrentes da sua acrescida acessibilidade, respondendo a um diversificado leque de visitantes, onde se regista uma significativa procura por parte da comunidade local e regional. Muitos destes espaços, apresentam atualmente uma pressão muito significativa, em resultado tanto do crescimento urbano envolvente, como pela tendência de valorização das atividades na natureza (Lopes & Silva, 2022; Rossi, 2014).

Estes territórios respondem a diferentes motivações psicográficas com um alargado leque de oferta para os interesses e motivações dos visitantes, oferecendo condições adequadas para a prática dos seus programas (Băltărețu, 2011). Assume-se, neste sentido, a importância do posicionamento das experiências enquanto veículo de dinamização ecológica, económica e social, fomentando o conhecimento e revitalização das áreas naturais. A oferta de experiências, permite assegurar um maior envolvimento entre os consumidores, operadores e

destino, traduzindo um maior sentido de apropriação para com os valores patrimoniais do território a par de benefícios como oportunidades de socialização, descoberta intelectual, desafio físico ou escape hedónico (Morgan, 2010).

4. Metodologia

O Parque Natural de Sintra-Cascais (PNSC) insere-se na Área Metropolitana de Lisboa, abrangendo uma área com 14.450 hectares, repartida pelos concelhos de Sintra e Cascais. O seu carácter periurbano e consequentes pressões urbanísticas e turísticas sobre os seus valores naturais, culturais e estéticos, justificaram a necessidade deste ser protegido, impulsionando a sua classificação em 1994, como Parque Natural. Os pressupostos desta classificação, incluíam a valorização e promoção dos seus valores endógenos, a interpretação e educação ambiental, a formação dos agentes turísticos

e a adequação de áreas preferenciais para turismo e recreio (ICN, 2003).

Enquanto estudo de caso, o PNSC compreende alguma pressão de expectativas sobre o território, contrapondo estratégias de conservação ambiental a uma cada vez maior pressão da visitação na procura por experiências na natureza. Desta forma, visa-se a conceptualização do potencial das experiências criativas como aliadas das estratégias conservação. A transformação de uma atuação tendencialmente proibitiva por parte dos órgãos gestores, para um contexto de adaptação – e.g. por via da oferta de experiências criativas – pode levar à conciliação de ambas as perspetivas de desenvolvimento.

O presente artigo analisa as dinâmicas de visitação de três territórios de gestão de habitat integrados no PNSC representados na figura 1: i) Quinta do Pisão – Parque de Natureza (QDP - 355 ha); ii) Núcleo de Interpretação da Duna da Cresmina (NIDC - 66 ha); e Pedra Amarela Campo Base (PACB - 180 ha).

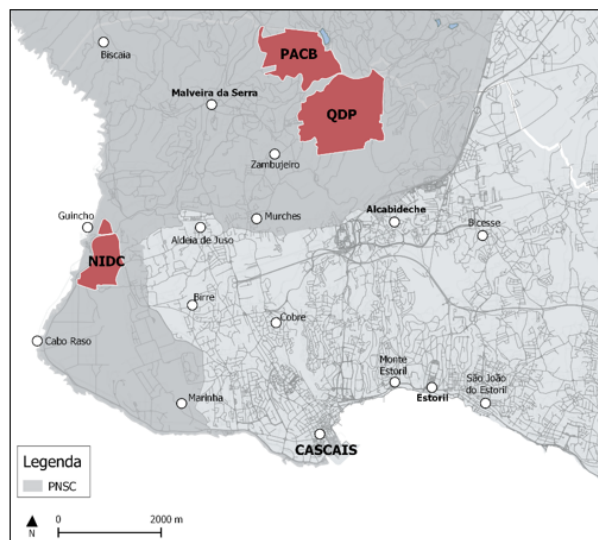


Figura 1 | PNSC e áreas de estudo de caso integradas no PNSC
Fonte: Elaboração própria

Estas três áreas encontram-se sob gestão de uma empresa municipal em colaboração com o órgão nacional de conservação, representando um

conjunto de habitats periurbanos com realidades e prioridades de conservação distintas, que se refletem nas experiências oferecidas à visitação.

A Quinta do Pisão localiza-se na vertente sul da Serra de Sintra, numa área de transição entre a periferia urbana da freguesia de Alcabideche e o perímetro florestal, combinando um importante legado histórico-cultural, com um alargado conjunto de valores naturais de elevado interesse de conservação. Este espaço, posiciona-se numa temática associada à ruralidade, e nele são dinamizadas experiências como passeios de burro e cavalo, passeios interpretativos, aluguer de *segways*, *workshops* temáticos, festas de aniversário, *team building* com ou sem aluguer de espaço, programas escolares interpretativos, programas de voluntariado jovem, social e empresarial que integram ações de conservação da natureza. Paralelamente, são organizadas iniciativas decorrentes dos projetos relacionados com a horta biológica da Quinta do Pisão e dinamização do programa anual do Centro de Interpretação da Casa da Cal (e.g. exposições de fotografia, palestras, demonstrações e outras atividades de valor acrescentado).

O Núcleo de Interpretação da Duna da Cresmina localiza-se na faixa costeira a oeste do PNSC, no encadeamento da Praia do Guincho e da Cresmina. Compreende uma parcela do sistema dunar Guincho-Oitavos, e funciona como uma ferramenta de educação ambiental baseada na interpretação de um sistema dunar rico e complexo. A visitação, ocorre predominantemente em autonomia, com o apoio do centro de interpretação, sinalética direcional e planímetros de suporte. Existe ainda a possibilidade de visitas enquadradas por passeios interpretativos (para entidades particulares, associativas ou escolares), e programas de voluntariado

jovem, social e empresarial integrados em ações de conservação da natureza.

O Pedra Amarela Campo Base localiza-se em área florestal, na vertente sul da Serra de Sintra, estendendo-se na continuidade da transição providenciada pela Quinta do Pisão. Este espaço, posiciona-se como área de conservação subordinada à temática da natureza e da aventura, sendo dinamizadas experiências de acampamento no âmbito da atividade escutista, de aventura (atividades como pista de arborismo, slide, escalada, rapel e orientação), dinâmicas de grupo e *team building*; programas escolares no âmbito da educação ambiental e conservação da natureza, festas de aniversário e programas de voluntariado social e empresarial com ações de conservação da natureza.

A metodologia seguida nesta investigação compreendeu a aplicação de métodos mistos com reflexos quantitativos e qualitativos, com vista à associação de experiências criativas a modelos responsáveis de turismo e fruição da natureza nestes territórios. Justificou, por isso, o desenvolvimento de um questionário original (n=334), direcionado para os visitantes das áreas de gestão de habitat (quadro 1), a aplicação de entrevistas semiestruturadas direcionadas para entidades com responsabilidade direta ou indireta na gestão do território e da oferta (n=11), e a realização de trabalho de campo, recorrendo-se a técnicas de observação participante das atividades desenvolvidas nestes territórios (observação completa de oportunidade, pelo facto da equipa de investigação estar envolvida na gestão das atividades no território derivado das funções profissionais desempenhadas).

Quadro 1 | Síntese da população conhecida e número de visitantes inquiridos

Área	Visitação de referência (Jan-Dez, 2017)	Amostra	
		(N.º de questionários)	(% entre Ago-Dez)
QDP*	40799	113	0,68%
NIDC*	34194	108	0,86%
PACB**	7117	113	5,26%
Total	82110	334	1,07%

Notas: * Valores de visitação considerando contadores automáticos (tecnologias Trafx e Eco-counter)

** Valores de visitação considerando número de participantes em atividades organizadas pela entidade gestora

Fonte: Elaboração própria

No que respeita à aplicação dos questionários, realizada nos principais locais de acesso aos territórios, seguiu-se um processo de amostragem aleatória simples com resposta autónoma (cada respondente preenchia diretamente o seu questionário), embora se assinalasse a disponibilidade do colaborador para prestação de esclarecimentos sobre dúvidas de preenchimento.

No que respeita às entrevistas semiestruturadas, foram definidos quatro grupos prioritários de *stakeholders* com intervenção distinta nas áreas da gestão de habitat: i) políticas de conservação (n=5); ii) diretrizes turísticas e coordenação das estratégias de projeção do município (n=1); iii) animação turística reconhecida nos territórios de aplicação (n=4); e iv) investigadores e especialistas nas áreas do planeamento e gestão em turismo na natureza (n=1). Assumindo o turismo criativo como uma oportunidade de integrar os visitantes em experiências que estimulam, efetivamente, a sua participação e relação com o meio envolvente, as entrevistas contemplaram um conjunto de atores informados e influentes, com responsabilidade quer no ordenamento e gestão do território, quer no desenvolvimento e operacionalização de experiências direcionadas para os visitantes das áreas em estudo.

5. Apresentação e discussão de resultados

Os dados recolhidos fortalecem as diferentes representações da visita associada a áreas naturais periurbanas, variando entre atividades de rotina, recreação ou experimentação de atividades de lazer. Sobressai uma elevada taxa de respostas aos questionários por parte de residentes locais (59,1%) e visitantes-de-dia (29,7%), em contraponto aos fins predominantemente turísticos (11,2%). A maioria das visitas registadas, foram realizadas em autonomia (74%), variando a regularidade das mesmas consoante a acessibilidade e

caráter pendular entre os territórios e os centros urbanos.

Quanto à prática de atividades na natureza e de aventura, registou-se uma forte expressão de não praticantes ou praticantes ocasionais, que realizam atividades até uma vez por ano (4,4% e 25,9%, respetivamente). A maioria dos inquiridos assumiu-se como praticante moderado, realizando duas a seis atividades por ano (32,9%). Cerca de 36,7% dos inquiridos, definiu-se como praticante aficionado (sete a doze atividades por ano), ou regular (mais do que uma atividade por mês).

Os dados sugerem uma vasta amplitude de usos e valências nestes territórios, com especial destaque para as atividades “Passeios pedestres em autonomia”, “Percurso suspensos / *slide*” (associados ao PACB), “*Jogging, trail, corrida*”, “Percurso guiados / interpretativos”, “Eventos enquadrados em grupos”, “Passeios de animal de estimação” e “Passeios em BTT”. Corroboram-se, desta forma, algumas das intervenções registadas nas entrevistas, que pressupõem, a par da procura turística, uma cultura local no acesso à natureza em resposta à melhoria das condições das áreas naturais, à mudança de hábitos de vida e à crescente expressão da cultura de ar livre.

Os entrevistados destacam o sentido de oportunidade de, por intermédio do turismo e fruição da natureza, se reforçar a relação com a comunidade, mantendo-a mais próxima e atenta, fatores essenciais nos processos de conservação. Segundo os mesmos, estas experiências associam-se à conservação como instrumentos de passagem de conhecimento, induzindo mudanças de comportamento e contribuindo para a resiliência das políticas ambientais:

“estamos a dar os primeiros passos no novo modelo de turismo e ambiente (...) [com] novos cursos que existem nas faculdades, novas mentalidades ambientais a nascer nas novas gerações (...). Acho que este para-

digma de irmos para a natureza vai mudar”

(Referência a entrevista com Agente de Animação Turística | ENT8AT).

De uma forma geral, os visitantes valorizaram o enquadramento das infraestruturas no meio envolvente (= 3,62, considerando uma escala de Likert de quatro níveis), a existência e condições de suporte adequadas às necessidades dos visitantes (= 3,51), e a pertinência das ações desenvolvidas, enquanto promotoras de uma maior consciencialização ambiental dos visitantes (= 3,50). As áreas de estudo de caso são parametrizadas como potenciadoras da apropriação dos valores que se pretendem proteger por parte dos visitantes. As estratégias de desenvolvimento da visitaçãõ nestes espaços devem, na opinião dos entrevistados, ser construídas por forma a envolver e capacitar a comunidade visitante de conhecimentos para a mudança de comportamentos que as políticas de conservação requerem. Uma das estratégias passa por promover o envolvimento dos visitantes, particularmente dos que frequentam com alguma regularidade esses espaços, estimulando a “apropriação” do território, para que, em conjunto com os

valores associados à responsabilidade ambiental e de identificação de lugar, se tornem atores principais e contribuam para reforçar o desenvolvimento mais sustentável desses territórios.

Não obstante, e embora registando um nível de concordância positivo, as categorias relacionadas com o desenvolvimento de experiências criativas e sua capacidade de valorização do património local (= 3,20; $\sigma = 0,77$; $p < 0,05$); os contributos da entidade gestora para a redução de potenciais impactes da visitaçãõ (= 3,28; $\sigma = 0,71$; $p < 0,001$); e a capacidade da promoçãõ externa executada caracterizar os objetivos de conservaçãõ dos territórios (= 3,29; $\sigma = 0,76$; $p < 0,001$) mostram resultados mais heterogêneos (quadro 2). Estas variáveis sugerem um diferencial significativo entre as atividades de base oferecidas e o potencial criativo das experiências dos visitantes, na medida em que nem sempre os territórios alcançam oportunidades de interaçãõ plena e memorável com os visitantes. O turismo criativo surge como uma oportunidade de integrar os visitantes em experiências autênticas que estimulam, efetivamente, a sua participaçãõ e relaçãõ com o meio em cenários de cocriaçãõ que envolvem os participantes e lhes oferecem um papel ativo no desenvolvimento das suas experiências.

Quadro 2 | Concordância com aspetos de gestão de habitat, por área de visitaçãõ

Questão / variável	QDP		PACB		NIDC		Total	
	Mo	\bar{x}	Mo	\bar{x}	Mo	\bar{x}	\bar{x}	σ
a) As ações desenvolvidas neste espaço contribuem para uma maior consciencialização ambiental dos visitantes	4	3,63	4	3,50	3	3,38	3,50	0,58
b) A informação sobre o(s) habitat(s) envolvente(s) encontra-se disponibilizada de forma acessível	4	3,42	3	3,33	4	3,33	3,36	0,66
c) A instalação de infraestruturas está devidamente enquadrada no meio envolvente	4	3,60	4	3,61	4	3,64	3,62	0,55
d) O trabalho desenvolvido pela entidade gestora tem permitido a redução de potenciais impactes da visitaçãõ	4	3,40	3	3,28	3	3,16	3,28	0,71
e) Ao longo da sua experiência, os visitantes são incentivados a respeitar o património deste espaço	4	3,50	4	3,38	4	3,28	3,39	0,73
f) O conhecimento dos valores patrimoniais do espaço motiva os visitantes a colaborarem na sua conservaçãõ	4	3,61	4	3,51	3	3,30	3,47	0,64
g) Neste espaço são disponibilizadas diversas experiências criativas que valorizam o património local	4	3,41	3	3,37	3	2,79	3,20	0,77
h) De uma forma geral, este espaço reúne condições de visita adequadas às necessidades dos seus visitantes	4	3,47	4	3,63	4	3,42	3,51	0,64
i) A promoçãõ externa deste espaço caracteriza adequadamente os seus objetivos de conservaçãõ	4	3,42	4	3,33	3	3,11	3,29	0,76

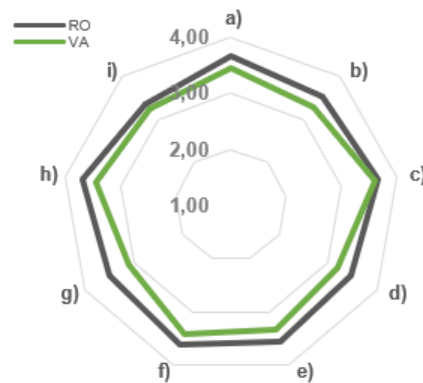
Escala de avaliaçãõ: 1-discordo totalmente, 2-discordo, 3-concordo, 4-concordo totalmente

Fonte: Elaboraçãõ própria

Paralelamente, estes resultados refletem o hiato existente ao nível das especificidades dos territórios de análise, geridos de forma distinta por via das suas especificidades de conservação e enquadramento legal. Encontra-se, por isso, alguma disparidade ao nível da estratégia e posicionamento destes três territórios perante a procura, sendo os espaços comunicados de forma diferenciada, com reflexos na interpretação dos impactes por parte dos visitantes, oferta efetiva de experiências criativas de lazer e recreação, e nos instrumentos de comunicação utilizados.

Na sequência destes resultados, propõe-se o cruzamento dos dados obtidos por tipo de visita e contexto de visitação (figura 2), denotando-se, especialmente, uma valorização da concordância

nos aspetos relacionados com a gestão de habitat nas reservas organizadas face às visitas em autonomia (desfasamento regular entre 0,07 e os 0,38 nas médias observadas). Estes dados sugerem um hiato entre a interpretação destas áreas por utilizadores enquadrados em reservas organizadas ou em autonomia, com reflexos na consciencialização ambiental e comportamental dos visitantes, apropriação da informação transmitida, e resposta que os visitantes devolvem aos espaços. Depreende-se que a relação presencial da entidade gestora nestas áreas e o contacto direto com os visitantes, pode efetivamente contribuir para um envolvimento mais consciente e ativo dos participantes com vantagens para a conservação destes territórios.



Legenda: 1-discordo totalmente, 2-discordo, 3-concordo, 4-concordo totalmente;

RO – reservas organizadas; VA – visitantes em autonomia

Figura 2 | Concordância com aspetos de gestão de habitat por tipo de visita
Fonte: Elaboração própria

Sendo solicitada a avaliação das intervenções realizadas nas áreas de visitação, sobressai a indicação de elevada importância da maioria das variáveis (valores modais referenciando a escala “Muito Importante”), com destaque para as cate-

gorias “Experiências de lazer na natureza” ($= 3,69$; $\sigma = 0,61$) e “Iniciativas de sensibilização ambiental” ($= 3,68$; $\sigma = 0,54$), globalmente valorizadas pelos visitantes (Quadro 3).

Quadro 3 | Importância de intervenções de gestão de habitat, por área de visitação

Questão / variável	QDP		PACB		NIDC		Total	
	Mo	\bar{x}	Mo	\bar{x}	Mo	\bar{x}	x	σ
a) Presença de técnicos para gestão do espaço	4	3,59	4	3,67	4	3,53	3,60	0,66
b) Código de conduta e boas práticas	4	3,50	4	3,60	4	3,60	3,57	0,65
c) Interdições de acesso � visitação	4	3,43	4	3,35	4	3,54	3,44	0,71
d) Inicativas de sensibilização ambiental	4	3,66	4	3,67	4	3,71	3,68	0,54
e) Existência de programas de voluntariado	4	3,53	4	3,65	4	3,58	3,59	0,64
f) Experiências de lazer na natureza	4	3,64	4	3,74	4	3,69	3,69	0,61

Escala de avaliação: 1-nada importante, 2-pouco importante, 3-importante, 4-muito importante

Fonte: Elaboração própria

6. Conclusão

Os resultados deste estudo permitem concluir que as áreas naturais periurbanas são espaços privilegiados para o desenvolvimento de ações de educação ambiental e experiências responsáveis, desempenhando um papel importante na valorização da experiência turística. Podem ainda ser importantes territórios de absorção e transição da visitação, considerando, que se devidamente ordenadas e equipadas para as atividades que nelas decorrem, permitem absorver uma parte significativa da procura pelo produto natureza, estabelecendo um zonamento controlado de territórios de maior sensibilidade. Por sua vez, a presença e proximidade dos órgãos de gestão permitem reforçar diversas dimensões na interação estabelecida com os visitantes, valorizando a sua experiência e fomentando a sua consciencialização ambiental e cultural.

Conclui-se, por isso, a necessidade de promover uma adequada governança, devidamente parametrizada e monitorizada, potenciando a dinamização de experiências com vista   sensibilização dos participantes. A visitação pode, no entender da maioria dos inquiridos, associar-se ao eixo estratégico da conservação como um instrumento de passagem de conhecimento, mudança de comportamentos e reforço de políticas que reforcem a resiliência ambiental. Mas os dados, t mperm permitem verificar, que subsiste algum desaproveitamento no potencial criativo das experiências oferecidas nos territórios de estudo de caso, em particular devido ao desconhecimento de projetos, quando existen-

tes.

As experiências turísticas ocorrem quando os indivíduos desempenham um papel interativo e participativo na criação, desenho, seleção e reflexão sobre as mesmas. A cocriação, ou criação conjunta de valor pela empresa e pelo consumidor, revela-se uma forma de resolver problemas através de um ambiente de experiências, que permite aos consumidores ter diálogos ativos e construir experiências personalizadas (Pralhad & Ramaswamy, 2004). Ora, numa  tica de crescente competitividade entre destinos, o setor turístico ganha então ao estimular a hibridização do seu patrim nio material e imaterial (Della Lucia & Trunfio, 2018), oferecendo experiências memoráveis (Kirillova, Lehto, & Cai, 2017), transformadoras (Teoh, Wang, & Kwek, 2021), co-criativas (Campos, Mendes, Valle, & Scott, 2018) e com maior significância no quadro do bem-estar e da qualidade de vida dos visitantes (Ross, 2020; Marques, Silva & Abrantes, 2021).

As políticas de conservação visam executar a gestão ambiental do território ao mesmo tempo que se assegura o usufruto do espaço e dos recursos. Conclui-se que as estratégias de turismo criativo podem contribuir para resolver alguns dos impactes associados à visitação e melhorar a experiência turística global. Se devidamente sustentadas por abordagens inteligentes, valor patrimonial dos seus recursos, tecnologias de informação e comunicação, criatividade e governança, promoverão a sustentabilidade e resiliência dos territórios. Esta estratégia passa, portanto, pelo equilíbrio de qua-

tro pilares centrais especialmente relevantes nas áreas naturais periurbanas: a conservação ambiental, o bem-estar das populações, a necessidades dos visitantes, e a valorização das experiências turísticas, a que se associam representações de informação, segurança, qualidade, instalações, experiências, autenticidade e envolvimento dos utilizadores.

Referências

- Archer, B., Cooper, C. & Ruhanen, L. (2005). The positive and negative impacts of tourism. Em W. F. Theobald (Ed.), *Global Tourism* (pp. 79-102). Burlington: Elsevier.
- Băltărețu, A. (2011). Methods of monitoring the visitors inside the natural protected areas. *Cactus Tourism Journal*, 2(2), 39-43.
- Benson, A. (2005). Research tourism: professional travel for useful discoveries. Em M. Novelli (Ed.), *Niche Tourism: Contemporary issues, trends and cases*. Oxford, United Kingdom: Elsevier.
- Bodger, D. (1998). Leisure, learning, and travel. *Journal of Physical Education, Recreation & Dance*, 69(4), 28-31. doi: 10.1080/07303084.1998.10605532.
- Buckley, R., Pickering, C. & Weaver, D. B. (2003). *Nature-based tourism, environment and land management*. Wallingford e Cambridge: CAB Publishing.
- Campos, A. C., Mendes, J., Valle, P. O. d. & Scott, N. (2018). Co-creation of tourist experiences: a literature review. *Current Issues in Tourism*, 21(4), 369-400. doi: 10.1080/13683500.2015.1081158.
- CAPMA. (2010). *Nature and Countryside within the Urban Fringe European Periurban areas: characterization and management recommendations*. Sevilha, Spain: Consejería de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente (CAPMA), Junta de Andalucía.
- Carvalho, R., Costa, C. & Ferreira, A. (2019). Review of the theoretical underpinnings in the creative tourism research field. *Tourism & Management Studies*, 15(S1), 11-22. doi: <https://doi.org/10.18089/tms.2019.15S102>.
- Chen, J. S., Prebensen, N. K. & Uysal, M. (2014). Dynamic drivers of tourist experiences. Em N. K. Prebensen, J. S. Chen & M. Uysal (Eds.), *Creating experience value in tourism*. Oxfordshire, United Kingdom: CAB International.
- Cloke, P. (2007). Creativity and tourism in rural environments. Em G. Richards & J. Wilson (Eds.), *Tourism, creativity and development* (pp. 37-47). New York, USA: Routledge.
- Cohen, E. (1979). A phenomenology of tourist experiences. *Sociology*, 13(2), 179-201. doi: 10.1177/003803857901300203.
- Cohen, E. (1988). Authenticity and commoditization in tourism. *Annals of Tourism Research*, 15, 371-386. doi: 10.1016/0160-7383(88)90028-X.
- Corá, J., & Henriques, C. (2021). O turismo criativo como base para as políticas focadas no desenvolvimento sustentável local: O caso de Brasília e do Recife – Brasil. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 36(1), 367-379. <https://doi.org/10.34624/rt.d.v1i36.9217>
- Cruz, A. R., Perestrelo, M., Gato, M. A. & Costa, P. (2019). Connecting the dots: contributions to creative tourism dynamics in Portugal. *Tourism & Management Studies*, 15(S1), 23-32. <https://doi.org/10.18089/tms.2019.15S103>
- Della Lucia, M. & Trunfio, M. (2018). The role of the private actor in cultural regeneration: Hybridizing cultural heritage with creativity in the city. *Cities*, 82, 35-44. doi: 10.1016/j.cities.2018.05.003.
- Douglas, I. (2006). Peri-Urban Ecosystems and Societies: Transitional Zones and Contrasting Values. Em D. McGregor, D. Simon & D. Thompson (Eds.), *The Peri-Urban Interface: Approaches to Sustainable Natural and Human Resource Use*. London, United Kingdom: Earthscan.
- Dwyer, L. (2005). Trends underpinning global tourism in the coming decade. Em W. F. Theobald (Ed.), *Global Tourism* (pp. 79-102). Burlington: Elsevier.
- Gonçalves, F., & Costa, C. (2022). Barcelos, Cidade Criativa da UNESCO: contributo para o desenvolvimento sustentável do Artesanato através do Turismo Criativo. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 38, 107-128. <https://doi.org/10.34624/rt.d.v38i0.27391>
- Hughes, K. (2011). Designing Post-Visit Action Resources for Families Visiting Wildlife Tourism Sites. *Visitor Studies*, 14(1), 66-93. doi: 10.1080/10645578.2011.557630.
- ICN. (2003). *Plano de Ordenamento do Parque Natural de Sintra-Cascais - Relatório Técnico*. Lisboa: Instituto de Conservação da Natureza.

- Kirillova, K., Lehto, X. & Cai, L. (2017). What triggers transformative tourism experiences? *Tourism Recreation Research*, 42(2), 498-511. doi: 10.1080/02508281.2017.1342349.
- Koynova, T., Koleva, V., Dragoeva, A. P. & Natchev, N. (2019). Peri-Urban National Parks as Green Spaces for Recreation: a Case Study of Nature Park Shumen Plateau. *International Journal of Social Ecology and Sustainable Development*, 10(1), 46-58. doi: 10.4018/IJ-SESD.2019010104.
- Leung, Y. F., Spenceley, A., Hvenegaard, G. & Buckley, R. (2015). *Tourism and visitor management in Protected Areas. Guidelines for Sustainability. Best Practice Protected Area Guidelines Series*. Gland, Switzerland: International Union for Conservation of Nature and Natural Resources (IUCN).
- Lopes, T., Silva, F. (2022) Conceptual model for the management of peri-urban natural areas: Sintra-Cascais Natural Park, Portugal. *Journal of Ecotourism*. doi: 10.1080/14724049.2022.2027426.
- Lopes, T. (2018). *Valorização do turismo na natureza na gestão de áreas naturais periurbanas*. Doutoramento em Turismo, Universidade de Lisboa - Instituto de Geografia e Ordenamento do Território, Lisboa.
- MacCannell, D. (1973). Staged authenticity: arrangements of social space in tourist settings. *American Journal of Sociology*, 79(3), 589-603. doi: 10.1086/225585.
- Maitland, R. (2007). Tourists, the creative class and distinctive areas in major cities: the roles of visitors and residents in developing new tourism area. Em G. Richards & J. Wilson (Eds.), *Tourism, creativity and development* (pp. 73-86). New York, USA: Routledge.
- Marques, J., Silva, C., & Abrantes, J. L. (2021). Motivações para a procura de Parques Naturais como destinos turísticos de Natureza. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 36(2), 447-456. <https://doi.org/10.34624/rtd.v36i2.5395>
- Mason, P. (2008). *Tourism impacts, planning and management*. Nova Iorque, EUA: Routledge.
- Morgan, M. (2010). The experience economy 10 years on: Where next for experience management. Em M. Morgan, P. Lugosi & J. R. B. Ritchie (Eds.), *The tourism and leisure experience: consumer and managerial perspectives*: Channel View Publications.
- Moscardo, G. (2006). Third-age tourism. Em D. Buhalis & C. Costa (Eds.), *Tourism business frontiers: Consumers, products and industry*. Burlington: Butterworth-Heinemann/Elsevier.
- Mossberg, L. (2007). A Marketing Approach to the Tourist Experience. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 7(1), 59-74. doi: 10.1080/15022250701231915.
- Otto, J. E. & Ritchie, J. R. B. (1996). The service experience in tourism. *Tourism Management*, 17(3), 165-174. doi: 10.1016/0261-5177(96)00003-9.
- Page, S. & Connell, J. (2006). *Tourism: A modern synthesis* (1ª ed.). London, United Kingdom: Thomson.
- Pine, B. J. & Gilmore, J. H. (1999). *The experience economy: Work is theatre and every business is a stage*. Boston: HBS Press.
- Powell, R. B., Kellert, S. R. & Ham, S. H. (2009). Interactional Theory and the Sustainable Nature-Based Tourism Experience. *Society & Natural Resources*, 22(8), 761-776. doi: 10.1080/08941920802017560.
- Prahalad, C. & Ramaswamy, V. (2004). Co-creation experiences: The next practice in value creation. *Journal of Interactive Marketing*, 18(3), 5-14. doi: 10.1002/dir.20015.
- Prebensen, N. K., Chen, J. S. & Uysal, M. (2014). Co-creation of Tourist Experience: Scope, Definition and Structure. Em N. K. Prebensen, J. S. Chen & M. Uysal (Eds.), *Creating experience value in tourism*. Oxfordshire, United Kingdom: CAB International.
- Quan, S. & Wang, N. (2004). Towards a structural model of the tourist experience: an illustration from food experiences in tourism. *Tourism Management*, 25, 297-305. doi: 10.1016/S0261-5177(03)00130-4.
- Richards, G. & Raymond, C. (2000). *Creative tourism*. ATLAS News, 23, 16-20.
- Richards, G. & Wilson, J. (2007). Tourism development strategies. From culture to creativity? Em G. Richards & J. Wilson (Eds.), *Tourism, creativity and development* (pp. 255-288). New York, USA: Routledge.
- Richards, G. (2019). Creative tourism: opportunities for smaller places? *Tourism & Management Studies*, 15(S1), 7-10. doi: <https://doi.org/10.18089/tms.2019.15S101>.
- Ross, D. (2020). Towards meaningful co-creation: a study of creative heritage tourism in Alentejo, Portugal. *Current Issues in Tourism*, 23(22), 2811-2824. doi: 10.1080/13683500.2020.1782355.
- Rossi, S. D. (2014). *Factors affecting people-park relationships in peri-urban National Parks*. Doctor of Philosophy, Griffith University, Australia.

- Ryan, C. (2011). Ways of conceptualising the tourist experience: a review of literature. Em R. Sharpley & P. R. Stone (Eds.), *Tourist Experience: Contemporary perspectives*. Oxfordshire, United Kingdom: Routledge.
- Ryan, C. (Ed.). (1997). *The tourist experience: a new introduction*. London, United Kingdom: Cassel.
- Sharpley, R. & Stone, P. R. (2012). Experiencing tourism, experiencing happiness? Em R. Sharpley & P. R. Stone (Eds.), *Contemporary Tourist Experience: Concepts and consequences*. Oxon, United Kingdom: Routledge.
- Silva, F. & Carvalhinho, L. (2017). Turismo na natureza e de aventura. Em F. Silva & J. Umbelino (Eds.), *Planeamento e Desenvolvimento Turístico* (pp. 259-273). Lisboa: Lidel.
- Silva, F. & Lopes, T. (2020). Application of smart tourism to nature-based destinations. Em L. Carvalho, M. Calisto & N. Gustavo (Eds.), *Strategic Business Models to Support Demand, Supply, and Destination Management in the Tourism and Hospitality Industry*. Hershey, PA: IGI Global.
- Teoh, M. W., Wang, Y. & Kwek, A. (2021). Conceptualising co-created transformative tourism experiences: A systematic narrative review. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 47, 176-189. doi: 10.1016/j.jhtm.2021.03.013.
- Tirados, R. (2011). Half a century of mass tourism: evolution and expectations. *The Service Industries Journal*, 31(10), 1589-1601. doi: 10.1080/02642069.2010.485639.
- Tung, V. W. S. & Ritchie, J. R. B. (2011). Exploring the essence of memorable tourism experiences. *Annals of Tourism Research*, 38(4), 1367-1386. doi: 10.1016/j.annals.2011.03.009.