



## PERCEÇÕES E MOTIVAÇÕES DOS PARTICIPANTES NA II EDIÇÃO DO *TUA WALKING FESTIVAL*

### **Relatório Técnico-Científico**

**ENTIDADE:** Parque Natural Regional do Vale do Tua

**LOCAL:** Escola Superior de Comunicação, Administração e Turismo

Instituto Politécnico de Bragança – Campus do Cruzeiro – Mirandela

#### **Autores do relatório**

Luísa Lopes (coordenação)

Lara Santos

Ronan Torres Quintão

Salette Esteves



## **Título**

Perceções e Motivações dos Participantes na II Edição do *Tua Walking Festival*

## **Elaboração do Relatório**

Lara Santos, Intrepid Lab CETRAD, Universidade Lusófona, 4000-098 Porto, Portugal

Luisa Lopes, Unidade de Investigação Aplicada em Gestão (UNIAG), Instituto Politécnico de Bragança, Campus de Santa Apolónia, 5300-253 Bragança, Portugal

Ronan Torres Quintão, CEPIN, Instituto Federal de São Paulo, Jacareí 12.322-030, Brazil

Salete Esteves, Unidade de Investigação Aplicada em Gestão (UNIAG), Instituto Politécnico de Bragança, Campus de Santa Apolónia, 5300-253 Bragança, Portugal

## **Equipa Técnica**

Professores investigadores: Lara Santos, Luísa Lopes, Ronan Torres Quintão, Salete Esteves.

Estudantes voluntários participantes: José Andrade, Juliana Gonçalves, Pedro Mesquita, Rodrigo Rosa, Rodrigo Silva e Tiago Monteiro.

## **Propriedade**

Instituto Politécnico de Bragança

## **Ano**

2024

## **Contactos**

**Telefone:** +351 300029946

**E-mail:** [luisa@ipb.pt](mailto:luisa@ipb.pt)



## Índice Geral

1. Nota introdutória .....	1
2. Contextualização .....	2
3. Procedimentos .....	3
4. Apresentação dos Resultados .....	4
4.1. Resultados Quantitativos por Concelho .....	4
4.1.1 Concelho 1 – Mirandela (23 a 24 de março de 2024) .....	4
4.1.2 Concelho 2 – Carraceda de Ansiães (13 a 14 de abril de 2024) .....	7
4.1.3 Concelho 3 – Vila Flor (25 a 26 de maio de 2024) .....	8
4.1.4 Concelho 4 – Alijó (13, 14 e 15 de setembro de 2024) .....	10
4.1.5 Concelho 5 – Murça (05 e 06 de outubro de 2024) .....	13
4.2. Análise Global do <i>Tua Walking Festival</i> .....	16
4.2.1 Análise Qualitativa .....	16
A. Observação Participante e Entrevistas Etnográficas .....	16
B. Nuvem de Palavras e VOSviewer .....	24
4.2.2 Análise Quantitativa .....	27
5. Conclusões .....	28
6. Referências Bibliográficas .....	32
Anexo 1: Questionário 2024 .....	33

## Índice de Tabelas

Tabela 1 – Equipa de cada evento .....	3
Tabela 2 – Motivos de participação - Mirandela .....	6
Tabela 3 – Grau de satisfação - Mirandela .....	6
Tabela 4 – Motivos de participação – Carrazeda de Ansiães.....	8
Tabela 5 – Grau de satisfação - Carrazeda de Ansiães.....	8
Tabela 6 – Motivos de participação – Vila Flor .....	10
Tabela 7 – Grau de satisfação – Vila Flor .....	10
Tabela 8 – Motivos de participação - Alijó.....	12
Tabela 9 – Grau de satisfação – Alijó .....	12
Tabela 10 – Motivos de participação - Murça .....	15
Tabela 11 – Grau de satisfação – Murça.....	15

## Índice de Figuras

Figura 1 – Nuvem de palavras dos comentários/sugestões .....	24
Figura 2 - Rede temática global com base na análise dos comentários/sugestões dos participantes .....	25

## **1. Nota introdutória**

O presente relatório técnico-científico tem como objetivo compreender as perceções, motivações e satisfação dos participantes da II Edição do *Tua Walking Festival* (TWF). Este evento é promovido e organizado pelo Parque Natural Regional Vale do Tua (PNRVT) e pela Portugal NTN, desde 2023, em estreita colaboração com cada um dos municípios e freguesias envolvidas e associações locais que integram o Vale do Tua. A edição de 2024 repartiu-se por cinco fins-de-semana, um em cada um dos cinco concelhos, Mirandela, Carrazeda de Ansiães, Vila Flor, Alijó e Murça, de 23 de março a 06 de outubro de 2024.

Nos últimos anos, tem-se observado um aumento significativo no interesse por atividades ao ar livre, como caminhadas e trilhos, impulsionado pelo desejo de integração com a natureza e promoção do bem-estar físico e mental. Neste contexto, festivais de caminhadas têm emergido como eventos populares que atraem participantes de diferentes faixas etárias e contextos culturais. Estes eventos não apenas incentivam a prática de atividade física, mas também fomentam o turismo local e promovem a consciencialização sobre a preservação ambiental.

O presente estudo visa analisar os fatores que influenciam os participantes a participar no evento TWF e as experiências que vivenciam durante a atividade. Entender essas motivações e perceções é essencial para aprimorar a organização de futuros eventos, tornando-os mais atrativos e alinhados com as expectativas dos participantes. A investigação, além de contribuir para a melhoria deste evento, visa fornecer dados relevantes para o desenvolvimento do turismo sustentável, com potencial para beneficiar comunidades locais e incentivar práticas sustentáveis.

A metodologia adotada no presente relatório segue a abordagem mista, ou seja, a combinação de metodologias qualitativas (entrevista etnográfica e observação participante) com quantitativas (inquérito por questionário).

A estrutura deste relatório inclui a contextualização do evento, a apresentação dos procedimentos realizados, seguida dos resultados e da sua discussão. Finaliza-se com as conclusões e sugestões de atuação, daqui decorrentes.

## 2. Contextualização

Nas últimas décadas, as atividades de natureza e aventura, e em particular o pedestrianismo, conhecido como uma atividade de aventura de baixo grau de dificuldade, tem ganho popularidade em todo o mundo e tem representado um produto importante para muitos destinos turísticos (Svarstad, 2010; Kim et al., 2015; Bichler & Peters, 2021). O pedestrianismo, enquanto atividade recreativa popular, oferece inúmeros benefícios à sociedade, incluindo o bem-estar e a saúde, e promove o sentido de pertença e envolvimento com as comunidades locais, a natureza e a cultura, tornando-o um produto turístico relevante em todo o mundo (Svarstad, 2010; Gross & Sand, 2019). Com efeito, constata-se que o turismo de caminhadas está a tornar-se uma tendência bastante popular nos segmentos das viagens de bem-estar a nível mundial, sendo que, nos últimos anos, tem-se assistido à criação de passadiços e percursos pedestres com o objetivo de aumentar a atratividade dos destinos turísticos baseados na natureza (Azevedo et al., 2024). Dentro deste contexto, os festivais de caminhadas emergem como eventos significativos que atraem públicos variados, interessados não apenas em exercitar-se, mas também em vivenciar experiências de integração com a natureza e socialização. No entanto, a organização de festivais de caminhadas enfrenta desafios importantes. Entender o que motiva as pessoas a participar é fundamental para o sucesso do evento, pois uma boa compreensão das expectativas e das perceções dos participantes pode ajudar a criar experiências mais significativas e satisfatórias (Chen et al., 2021). Além disso, compreender as motivações pode auxiliar os organizadores a promover práticas de turismo sustentável, alinhando o evento com a preservação ambiental e o desenvolvimento económico local (Pomfret & Bramwell, 2016). Apesar do crescimento dos festivais de caminhadas, há uma lacuna significativa na literatura quanto à análise das motivações e perceções dos participantes. A maioria dos estudos sobre o tema concentra-se nos benefícios físicos das caminhadas, sem investigar o que efetivamente atrai os participantes e como eles percebem o evento (Kyle et al., 2004). Assim, o problema central deste estudo consiste em compreender as motivações, perceções e satisfação dos participantes do *Tua Walking Festival* e de que forma se pode potenciar a sua experiência e participação em eventos futuros?

Os percursos pedestres representam uma forte aposta da região Norte, e do PNRVT, na valorização de um dos produtos turísticos mais procurados pelos amantes da natureza, da paisagem e do património, sendo que no contexto do presente estudo todos os trilhos estão devidamente homologados pela Federação de Campismo e Montanhismo de Portugal.

### 3. Procedimentos

Estabelecido o acordo entre a Escola Superior de Comunicação, Administração e Turismo, do Instituto Politécnico de Bragança (EsACT – IPB) e o PNRVT, os instrumentos de recolha e materiais foram preparados. A metodologia seguida, em cada um dos cinco eventos, incluiu:

Antes do evento: receção da base de dados anonimizada (sexo e localidade de origem) do universo de participantes inscritos em cada evento;

Durante evento: observação participante, entrevistas etnográficas e incentivo de resposta a questionário (distribuição de qrcodes e questionários papel);

Após evento: receção de respostas em formulário google e envio de comentários ao PNRVT (sugestões de melhoria). Reunião final com resultados preliminares globais.

A equipa de investigação variou nos diferentes eventos, conforme tabela 1.

*Tabela 1 – Equipa de cada evento*

<b>Mirandela (23 e 24 de março de 2024)</b> Luísa Lopes Ronan Torres Quintão Juliana Cristina Moreira Gonçalves José Rui de Sousa Andrade Pedro Henrique Redicopio Mesquita	<b>Carrazeda de Ansiães (13 e 14 de abril de 2024)</b> Lara Santos Luísa Lopes Ronan Torres Quintão Rodrigo Filipe Teixeira Silva Rodrigo António Pires Rosa Tiago Ferreira Monteiro
<b>Vila Flor (25 a 26 de maio de 2024)</b> Luísa Lopes Ronan Torres Quintão Rodrigo Filipe Teixeira Silva Tiago Ferreira Monteiro	<b>Alijó (13, 14 e 15 de setembro de 2024)</b> Lara Santos Luísa Lopes Salette Esteves
<b>Murça (05 e 06 de outubro de 2024)</b> Lara Santos Luísa Lopes Salette Esteves Ronan Torres Quintão	

Os dados obtidos foram analisados com apoio de vários softwares, nomeadamente o software estatístico SPSS (métodos de estatística univariada e multivariada), o Vosviewer e o ATLAS.ti.

## **4. Apresentação dos Resultados**

### **4.1. Resultados Quantitativos por Concelho**

O presente estudo visa dar voz aos participantes do evento do TWF, contribuindo, deste modo, para a melhoria das edições futuras. Os objetivos incluem desenhar o perfil dos participantes do festival em termos sociodemográficos, de satisfação e dos principais motivos para participar no TWF. Para alcançar estes objetivos, foram utilizadas duas fontes de dados: primárias e secundárias. No que diz respeito às fontes primárias, recorreu-se à técnica amostral por conveniência para a recolha de dados, utilizando inquéritos por questionário aplicados online e presencialmente no festival.

A estrutura do questionário (Anexo 1) compreendeu dois grupos: caracterização sociodemográfica e satisfação com o TWF. O questionário foi desenvolvido com base em estudos anteriores e foi submetido a um pré-teste com um grupo pequeno de participantes para garantir a clareza e a validade das perguntas. Para medir a satisfação, foi utilizada uma escala de Likert de 5 pontos, permitindo avaliar as perceções dos participantes em relação a diversos aspetos do festival. Para analisar o perfil sociodemográfico dos potenciais visitantes, foram consideradas seis variáveis (sexo, idade, habilitações literárias, nacionalidade, distrito de residência, situação profissional), frequentemente abordadas em estudos académicos semelhantes. A amostra global, referente aos cinco eventos, contou com 391 respondentes, após a exclusão de respostas inválidas., com uma taxa de resposta de cerca de 30%.

#### **4.1.1 Concelho 1 – Mirandela (23 a 24 de março de 2024)**

O primeiro evento do TWF, realizado na cidade de Mirandela, contou com 86 participantes a responder ao questionário, fornecendo informações sobre o seu perfil sociodemográfico. A maioria dos respondentes, 67,4%, é do sexo feminino, enquanto 32,6% são do sexo masculino. No que diz respeito às habilitações literárias, 47,7% possuem o ensino superior (Bacharelato ou Licenciatura) e 24,4% possuem pós-graduação, mestrado, MBA ou doutoramento, o que demonstra um elevado nível de escolaridade entre os respondentes. Apenas 22,1% têm o ensino secundário, enquanto níveis de escolaridade inferiores, como o 2.º ciclo e o 3.º ciclo, representam conjuntamente apenas 5,8% dos respondentes. A idade dos respondentes varia entre 15 e 77 anos, com uma média de 46,9 anos e um desvio padrão de 11,96.

Em termos de nacionalidade, a grande maioria, 97,7%, é portuguesa, com apenas um respondente belga e outro francês. Relativamente ao local de residência, observou-se que 50,6% residem no distrito de Bragança, seguido do distrito do Porto, com 14,1%, e de Vila Real, com 11,8%. Outros distritos, como Aveiro (9,4%), Guarda (4,7%), Braga e Lisboa (3,5% cada), e Coimbra (2,4%), têm representações menores.

No que toca à situação face ao emprego, uma percentagem significativa, 77,9%, trabalha por conta de outrem, enquanto 10,5% trabalham por conta própria. Entre os restantes, 5,8% são reformados, 3,5% estão desempregados e 2,3% são estudantes.

A probabilidade de recomendarem o evento a um amigo ou familiar foi elevada, com uma média de 9,66 numa escala de 0 a 10, onde 0 significa "nada provável" e 10 "extremamente provável".

No que diz respeito aos hábitos de participação, 80,2% dos respondentes afirmaram ter por hábito participar em eventos desta natureza, enquanto 19,8% não têm esse costume. Entre os respondentes, 68,6% participaram no TWF de 2023, ao passo que 31,4% não o fizeram. Durante este evento específico, 90,7% encontravam-se acompanhados, enquanto 9,3% participaram sozinhos. Entre os que estavam acompanhados, a maioria (68%) indicou estar com amigos, 37% com o/a companheiro/a, 17% com outros familiares, 13% integrados num grupo organizado e 8% com filhos.

Relativamente às fontes de informação utilizadas para escolher este evento, o passa-palavra foi predominante, com 57% dos respondentes a mencionarem os amigos como principal fonte. Seguiram-se as redes sociais, indicadas por 48,8%, e o website oficial do evento, usado por 31,4%. Outras fontes, como e-mail (9,3%), motores de pesquisa (3,5%), brochuras ou publicações de turismo (1,2%), feiras de turismo (1,2%) e outras fontes (2,3%), tiveram menor relevância.

Este perfil evidencia um público com forte interesse por eventos deste tipo, maioritariamente feminino, qualificado, empregado e bem informado, destacando-se a importância das redes pessoais e sociais na escolha do evento.

Os motivos mais valorizados para participar no TWF foram a mudança para um ambiente diferente ou ter novas experiências (50% consideraram "muito importante") e estar com amigos ou desenvolver amizades (41,9% "muito importante"). Aprender ou alargar conhecimentos também foi destacado, com 32,6% a considerarem "muito importante". Por outro lado, razões como descansar (29% "nada" ou "pouco importante") e contactar residentes locais (22,1%

"nada" ou "pouco importante") foram menos relevantes. Assim, o festival destacou-se sobretudo pela promoção de novas experiências, amizades e aprendizagem.

*Tabela 2 – Motivos de participação - Mirandela*

Motivos	%				
	Nada importante	Pouco importante	Importante	Bastante importante	Muito importante
Descansar	8,1	20,9	31,4	18,6	20,9
Aprender/alargar conhecimentos	2,3	9,3	23,3	32,6	32,6
Conhecer pessoas novas	2,3	16,3	30,2	31,4	19,8
Contactar residentes locais	3,5	18,6	32,6	30,2	15,1
Evitar responsabilidades/descansar a mente	10,5	10,5	24,4	25,6	29,1
Mudar para um ambiente diferente/ter experiências novas	1,2	10,5	14,0	24,4	50,0
Ver um local específico	4,7	8,1	29,1	30,2	27,9
Ter paz e calma/estar longe das multidões	3,5	8,1	24,4	37,2	26,7
Estar com amigos/desenvolver amizades	3,5	10,5	11,6	32,6	41,9

Os dados relativos ao grau de satisfação dos participantes no TWF mostram níveis elevados de contentamento, com todas as médias superiores a 4 numa escala de 1 (nada satisfeito) a 5 (muito satisfeito). A satisfação global registou uma média de 4,635, refletindo uma perceção muito positiva, com um desvio-padrão baixo (,9862), o que indica consistência nas respostas.

A logística destacou-se como o aspeto mais valorizado, com uma média de 4,663 e uma mediana de 5, seguida pelo almoço de domingo (4,630) e pelas atividades de domingo (4,619). Outros elementos, como as condições dos trilhos (4,566) e o entretenimento (4,439), também obtiveram boas avaliações. O desvio-padrão relativamente baixo em todos os itens evidencia uma opinião consistente entre os participantes, indicando que o festival conseguiu satisfazer amplamente as expectativas.

*Tabela 3 – Grau de satisfação - Mirandela*

Atividades	n	omisso	Média	Mediana	Desvio-padrão
Atividades de sábado	52	34	4,269	5,000	1,0120
Atividades de domingo	84	2	4,619	5,000	1,0631
Almoço de domingo	81	5	4,630	5,000	1,0659
Logística (secretariado, transporte, localização e horários)	83	3	<b>4,663</b>	5,000	1,0274
Condições dos trilhos (grau de dificuldade, instalações de apoio, estado do trilho)	83	3	4,566	5,000	1,0842
Entretenimento (observação, fotografia, desporto...)	82	4	4,439	5,000	1,0784
Satisfação global	85	1	<b>4,635</b>	5,000	,9862

#### 4.1.2 Concelho 2 – Carrazeda de Ansiães (13 a 14 de abril de 2024)

No segundo evento do TWF 80 participantes responderam ao questionário. A maioria dos respondentes, 63,8%, é do sexo feminino, enquanto 36,3% são do sexo masculino. No que diz respeito às habilitações literárias, 46,3% possuem o ensino superior (Bacharelato ou Licenciatura) e 31,3% possuem pós-graduação, mestrado, MBA ou doutoramento, demonstrando um elevado nível de escolaridade entre os participantes. Apenas 16,3% concluíram o ensino secundário, e níveis de escolaridade inferiores, como o 1.º e o 3.º ciclo, representam conjuntamente 6,3% dos respondentes.

A idade dos respondentes varia entre 28 e 71 anos, com uma média de 50 anos e um desvio padrão de 9,52. Em termos de nacionalidade, a grande maioria (97,5%) é portuguesa, com um respondente da África do Sul e outro de nacionalidade francesa.

Relativamente ao local de residência, observou-se que 52,6% dos participantes residem no distrito de Bragança, seguido do distrito do Porto, com 23,08%, e de Vila Real, com 15,38%. Outros distritos, como Braga, Aveiro e Guarda, têm representações menores, com 3,85%, 2,56% e 2,56%, respetivamente.

No que toca à situação face ao emprego, uma percentagem significativa, 77,5%, trabalha por conta de outrem, enquanto 11,3% trabalham por conta própria. Entre os restantes, 7,5% são reformados e 3,8% estão desempregados. Este perfil evidencia um grupo predominantemente português, feminino, com elevado nível de escolaridade e, em sua maioria, empregado por conta de outrem e residente no distrito de Bragança.

A probabilidade de recomendarem o evento a um amigo ou familiar foi elevada, com uma média de 9,42 numa escala de 0 a 10, onde 0 significa "nada provável" e 10 "extremamente provável".

No que diz respeito aos hábitos de participação, 76,3% dos respondentes afirmaram ter por hábito participar em eventos desta natureza, enquanto 23,8% não têm esse costume. Entre os respondentes, 56,3% participaram no TWF de 2023, ao passo que 43,8% não o fizeram. Durante este evento específico, 91,3% encontravam-se acompanhados, enquanto 8,8% participaram sozinhos. Entre os que estavam acompanhados, a maioria (63%) indicou estar com amigos, 45% com o/a companheiro/a, e 15% com outros familiares ou filhos.

Relativamente às fontes de informação utilizadas para escolher este evento, o passa a palavra foi predominante, com 52,5% dos respondentes a mencionarem os amigos como principal fonte. Seguiram-se as redes sociais, indicadas por 50%, e o website oficial do evento, usado por 35%. Outras fontes, como e-mail (7,5%), brochuras ou publicações de turismo, motores de pesquisa e fontes municipais, tiveram menor relevância.

Os respondentes que participaram na edição de Carrazeda de Ansiães do TWF destacaram como principais motivações a procura por novas experiências (78,8% consideraram "bastante" ou "muito importante"), o convívio social, como estar com amigos ou desenvolver amizades (71,3%), e a procura de paz e calma (61,3%). Além disso, aprender e alargar conhecimentos foi valorizado por 60,1% dos respondentes. Por outro lado, motivos como descansar e conhecer pessoas novas tiveram menor relevância relativa, com cerca de 35% a 50% dos respondentes considerando-os importantes ou muito importantes. Os dados refletem um público interessado em enriquecimento pessoal e social.

Tabela 4 – Motivos de participação – Carrazeda de Ansiães

Motivos	%				
	Nada importante	Pouco importante	Importante	Bastante importante	Muito importante
Descansar	10,0	22,5	32,5	20,0	15,0
Aprender/alargar conhecimentos	5,0	7,5	27,5	28,8	31,3
Conhecer pessoas novas	5,0	17,5	28,8	23,8	25,0
Contactar residentes locais	5,0	15,0	33,8	25,0	21,3
Evitar responsabilidades/descansar a mente	6,3	12,5	20,0	32,5	28,8
Mudar para um ambiente diferente/ter experiências novas	2,5	7,5	11,3	33,8	45,0
Ver um local específico	2,5	12,5	31,3	31,3	22,5
Ter paz e calma/estar longe das multidões	3,8	10,0	25,0	33,8	27,5
Estar com amigos/desenvolver amizades	1,3	8,8	18,8	27,5	43,8

Os respondentes demonstraram um elevado grau de satisfação com o TWF. A satisfação global foi o item mais bem avaliado, com uma média de 4,696 e mediana de 5, refletindo uma perceção altamente positiva do evento. Outros destaques incluem a logística (4,625) e o entretenimento (4,628), ambos com resultados consistentes.

As atividades de sábado e domingo e o almoço de domingo também receberam avaliações muito positivas, com médias acima de 4,4. Já as condições dos trilhos apresentaram a maior variabilidade nas respostas, mas ainda assim mantiveram uma média elevada (4,367).

De forma geral, a mediana de 5 em todos os itens reflete que a maioria dos participantes considerou o evento extremamente satisfatório, destacando o sucesso desta edição.

Tabela 5 – Grau de satisfação - Carrazeda de Ansiães

Atividades	n	omisso	Média	Mediana	Desvio-padrão
Atividades de sexta e/ou sábado	62	18	4,565	5,000	,7382
Atividades de domingo	79	1	<b>4,658</b>	5,000	,7826
Almoço de domingo	78	2	4,436	5,000	,8617
Logística (secretariado, transporte, localização e horários)	80	0	4,625	5,000	,8476
Condições dos trilhos (grau de dificuldade, instalações de apoio, estado do trilho)	79	1	4,367	5,000	,9631
Entretenimento (observação, fotografia, desporto...)	78	2	4,628	5,000	,7913
Satisfação global	79	1	<b>4,696</b>	5,000	,7571

### 4.1.3 Concelho 3 – Vila Flor (25 a 26 de maio de 2024)

O terceiro evento do TWF foi realizado em Vila Flor nos dias 25 e 26 de maio. Neste evento, 75 respondentes preencheram o questionário.

A maioria dos respondentes, 62,7%, é do sexo feminino, enquanto 37,3% são do sexo masculino. Relativamente às habilitações literárias, 44,0% possuem o ensino superior (Bacharelato ou Licenciatura) e 30,7% possuem pós-graduação, mestrado, MBA ou doutoramento, evidenciando um elevado nível de escolaridade. Cerca de 24,0% concluíram o ensino secundário, enquanto níveis de escolaridade inferiores, como o 2.º ciclo, representam apenas 1,3% dos respondentes.

A idade dos respondentes varia entre 21 e 72 anos, com uma média de 48,3 anos e um desvio padrão de 11,8. Em termos de nacionalidade, a maioria esmagadora (97,3%) é portuguesa, com um respondente inglês e outro moçambicano.

Quanto ao local de residência, 40% dos respondentes residem no distrito de Bragança, seguido pelo Porto, com 26,7%, e por Vila Real, com 16%. Distritos como Lisboa (8,0%), Braga, Coimbra, Guarda e Viana do Castelo apresentaram percentagens mais baixas, cada um representando menos de 3%.

Em relação à situação face ao emprego, a maioria (70,7%) trabalha por conta de outrem, enquanto 12% trabalham por conta própria. Além disso, 14,7% dos respondentes são reformados e 2,7% estão desempregados.

A probabilidade de recomendarem o evento a um amigo ou familiar foi muito alta, com uma média de 9,77 numa escala de 0 a 10, onde 0 significa "nada provável" e 10 "extremamente provável".

Relativamente aos hábitos de participação, 80% dos respondentes indicaram ter o hábito de participar em eventos desta natureza. Cerca de 58,7% afirmaram ter participado na edição do TWF de 2023, enquanto 41,3% não o fizeram. Durante esta edição, 89,3% encontravam-se acompanhados, enquanto 10,7% participaram sozinhos. Entre os que estavam acompanhados, 73,1% indicaram estar com amigos, 38,8% com o/a companheiro/a, e 11,9% com outros familiares ou filhos.

Relativamente às fontes de informação utilizadas para escolher este evento, o "passa a palavra" foi a mais mencionada, com 61,3% dos respondentes a indicarem os amigos como principal fonte. O website oficial do evento foi utilizado por 41,3%, seguido pelas redes sociais, com 34,7%. Outras fontes, como e-mail (2,7%), brochuras ou publicações de turismo, tiveram uma relevância menor.

Este perfil reflete um público interessado em atividades ao ar livre, maioritariamente feminino, qualificado e em sua maioria residente na região norte, com uma forte valorização de redes sociais e relações interpessoais na escolha do evento.

Os respondentes que participaram na edição de Vila Flor do TWF destacaram como principais motivações a procura por novas experiências, com 78,6% considerando esta motivação "bastante importante" ou "muito importante". O convívio social, como estar com amigos ou desenvolver amizades, também foi amplamente valorizado, com 80% classificando-o como de alta relevância. A procura de paz e calma/estar longe das multidões foi igualmente significativa, sendo destacada por 60% dos respondentes como "bastante" ou "muito importante".

Além disso, aprender e alargar conhecimentos foi valorizado por 65,4% dos respondentes. Outros motivos, como evitar responsabilidades/descansar a mente e contactar residentes locais, foram considerados "bastante" ou "muito importantes" por cerca de 56%. Em contrapartida, motivos como descansar e conhecer pessoas novas tiveram menor destaque relativo, com menos de 50% dos respondentes avaliando-os como altamente importantes.

Tabela 6 – Motivos de participação – Vila Flor

Motivos	%				
	Nada importante	Pouco importante	Importante	Bastante importante	Muito importante
Descansar	9,3	29,3	36,0	9,3	16,0
Aprender/alargar conhecimentos	2,7	1,3	30,7	26,7	38,7
Conhecer pessoas novas	4,0	20,0	28,0	22,7	25,3
Contactar residentes locais	4,0	13,3	26,7	29,3	26,7
Evitar responsabilidades/descansar a mente	2,7	12,0	30,7	25,3	29,3
Mudar para um ambiente diferente/ter experiências novas	1,3	1,3	18,7	41,3	37,3
Ver um local específico	1,3	10,7	36,0	30,7	21,3
Ter paz e calma/estar longe das multidões	2,7	13,3	24,0	34,7	25,3
Estar com amigos/desenvolver amizades	1,3	4,0	14,7	32,0	48,0

Os respondentes demonstraram um elevado grau de satisfação com o TWF na edição de Vila Flor. A satisfação global foi o item mais bem avaliado, com uma média de 4,792 e mediana de 5, refletindo uma perceção altamente positiva do evento. Outros destaques incluem o entretenimento (4,716) e a logística (4,671), ambos com resultados consistentes e muito próximos do máximo da escala.

As atividades de domingo (4,649) e as condições dos trilhos (4,644) também obtiveram avaliações muito positivas, confirmando a qualidade geral da experiência proporcionada. O almoço de domingo (4,603) e as atividades de sábado (4,607) mantiveram médias elevadas, apesar de apresentarem maior variabilidade, como indicado pelos seus desvios-padrão.

Tabela 7 – Grau de satisfação – Vila Flor

	n	omisso	Média	Mediana	Desvio-padrão
Atividades de sexta e/ou sábado	56	19	4,607	5,000	1,0733
Atividades de domingo	74	1	4,649	5,000	,9853
Almoço de domingo	73	2	4,603	5,000	,9823
Logística (secretariado, transporte, localização e horários)	73	2	4,671	5,000	,9436
Condições dos trilhos (grau de dificuldade, instalações de apoio, estado do trilho)	73	2	4,644	5,000	,8719
Entretenimento (observação, fotografia, desporto...)	74	1	<b>4,716</b>	5,000	,8362
Satisfação global	72	3	<b>4,792</b>	5,000	,8212

#### 4.1.4 Concelho 4 – Alijó (13, 14 e 15 de setembro de 2024)

O quarto evento do TWF foi realizado em Alijó nos dias 13, 14 e 15 de setembro. Neste evento, 75 respondentes preencheram o questionário.

A maioria dos respondentes, 65,3%, é do sexo feminino, enquanto 33,3% são do sexo masculino e 1,3% preferiu não responder. Relativamente às habilitações literárias, 40,0% possuem o ensino

superior (Bacharelato ou Licenciatura) e 29,3% possuem pós-graduação, mestrado, MBA ou doutoramento, evidenciando um elevado nível de escolaridade. Cerca de 26,7% concluíram o ensino secundário, enquanto apenas 4,0% possuem o 3.º ciclo (9.º ano).

A idade dos respondentes varia entre 17 e 72 anos, com uma média de 50,1 anos e um desvio padrão de 12,2. Em termos de nacionalidade, 98,7% é portuguesa, com um respondente brasileiro (1,3%).

Quanto ao local de residência, 35% dos respondentes residem no distrito de Bragança, seguido pelo Porto, com 33%, e por Vila Real, com 16%. Distritos como Braga (8%) e Vila Nova de Gaia (3%) apresentaram percentagens menores, enquanto Coimbra, Guarda, Lisboa e Mirandela representam cada um apenas 1% dos respondentes.

Em relação à situação face ao emprego, a maioria (78,7%) trabalha por conta de outrem, enquanto 9,3% trabalham por conta própria. Além disso, 5,3% dos respondentes são reformados, 4,0% são estudantes e 2,7% estão desempregados.

A probabilidade de recomendarem o evento a um amigo ou familiar foi muito alta, com uma média de 9,60 numa escala de 0 a 10, onde 0 significa "nada provável" e 10 "extremamente provável".

Relativamente aos hábitos de participação, 81,3% dos respondentes indicaram ter o hábito de participar em eventos desta natureza. Cerca de 52% afirmaram ter participado na edição TWF de 2023, enquanto 48% não o fizeram. Durante esta edição, 93,3% encontravam-se acompanhados, enquanto 6,7% participaram sozinhos. Entre os que estavam acompanhados, 67,1% indicaram estar com amigos, 32,9% com o/a companheiro/a, e 18,6% com outros familiares ou filhos.

Relativamente às fontes de informação utilizadas para escolher este evento, o "passa a palavra" foi a mais mencionada, com 53% dos respondentes a indicarem os amigos como principal fonte. O website oficial do evento foi utilizado por 37%, seguido pelas redes sociais, também com 37%. Outras fontes, como e-mail (7%), motores de pesquisa (4%) e outras formas de divulgação (3%), tiveram menor relevância.

Os respondentes do quarto evento de 2024, do TWF, realizado em Alijó, indicaram as suas principais motivações para participar no evento. As respostas foram classificadas por ordem decrescente de relevância, com base na soma das categorias "bastante importante" e "muito importante":

1. Mudar para um ambiente diferente/ter experiências novas – este foi o motivo mais valorizado por 78,6% dos respondentes .
2. Estar com amigos/desenvolver amizades – motivação realçada por 73,3% dos participantes.
3. Aprender/alargar conhecimentos – relevante para 66,7% dos respondentes.
4. Ver um local específico – este motivo foi apontado como significativo por 65,3%.
5. Evitar responsabilidades/descansar a mente – valorizado por 64,0% dos participantes.
6. Ter paz e calma/estar longe das multidões – identificado como relevante por 61,3%.
7. Conhecer pessoas novas – Menos prioritário, mas relevante para 49,3% dos respondentes.
8. Contactar residentes locais – "bastante importante" ou "muito importante" para 46,7%.
9. Descansar – O motivo com menor relevância, sendo valorizado por apenas 38,7%.

Os dados refletem que as principais motivações dos participantes estão relacionadas com a procura por novas experiências, convívio social e enriquecimento pessoal. Motivações secundárias incluem o descanso e o contacto com os residentes locais.

*Tabela 8 – Motivos de participação - Alijó*

Motivos	%				
	Nada importante	Pouco importante	Importante	Bastante importante	Muito importante
Descansar	4,0	20,0	37,3	25,3	13,3
Aprender/alargar conhecimentos	2,7	4,0	26,7	33,3	33,3
Conhecer pessoas novas	2,7	8,0	40,0	24,0	25,3
Contactar residentes locais	1,3	16,0	36,0	25,3	21,3
Evitar responsabilidades/descansar a mente	1,3	8,0	26,7	41,3	22,7
Mudar para um ambiente diferente/ter experiências novas	0,0	2,7	18,7	37,3	41,3
Ver um local específico	0,0	9,3	25,3	42,7	22,7
Ter paz e calma/estar longe das multidões	0,0	8,0	30,7	38,7	22,7
Estar com amigos/desenvolver amizades	0,0	5,3	21,3	29,3	44,0

Os respondentes demonstraram um elevado grau de satisfação com o TWF na edição de Alijó. A logística (secretariado, transporte, localização e horários) foi o item melhor avaliado, com uma média de 4,80 e mediana de 5, refletindo uma perceção altamente positiva da organização do evento. A satisfação global também se destacou, com uma média de 4,75 e mediana de 5, consolidando o sucesso geral desta edição.

Outros destaques incluem o almoço de domingo (4,79) e as atividades de domingo (4,78), ambos com avaliações consistentes e muito próximas do máximo da escala. O entretenimento (4,56) e as atividades de sexta e/ou sábado (4,53) também registaram médias elevadas, demonstrando uma boa aceitação entre os participantes.

As condições dos trilhos (grau de dificuldade, instalações de apoio e estado do trilho) obtiveram uma média de 4,47 e mediana de 5, sendo ainda assim bastante positivas, embora apresentassem maior variabilidade, como indicado pelo desvio-padrão de 0,97. Estes resultados refletem um público satisfeito com os diversos aspetos do evento e reconhecem a qualidade geral da experiência proporcionada.

*Tabela 9 – Grau de satisfação – Alijó*

	n	Omisso	Média	Mediana	Desvio-padrão
Atividades de sexta e/ou sábado	51	24	4,53	5	0,76
Atividades de domingo	73	2	4,78	5	0,65
Almoço de domingo	73	2	4,79	5	0,67
Logística (secretariado, transporte, localização e horários)	70	5	<b>4,80</b>	5	0,58
Condições dos trilhos (grau de dificuldade, instalações de apoio, estado do trilho)	74	1	4,47	5	0,97
Entretenimento (observação, fotografia, desporto...)	72	3	4,56	5	0,80
Satisfação global	72	3	<b>4,75</b>	5	0,67

#### 4.1.5 Concelho 5 – Murça (05 e 06 de outubro de 2024)

O quinto evento do TWF foi realizado em Murça nos dias 5 e 6 de outubro. Neste evento, 75 respondentes preencheram o questionário.

A maioria dos respondentes, 56,0%, é do sexo feminino, enquanto 44,0% são do sexo masculino. Relativamente às habilitações literárias, 50,7% possuem o ensino superior (Bacharelato ou Licenciatura) e 26,7% possuem pós-graduação, mestrado, MBA ou doutoramento, evidenciando um elevado nível de escolaridade. Cerca de 18,7% concluíram o ensino secundário, enquanto apenas 4,0% possuem o 3.º ciclo (9.º ano).

A idade dos respondentes apresenta uma média de 49,2 anos e um desvio padrão de 12,7. Em termos de nacionalidade, 97,3% são portugueses, com um respondente espanhol e outro ucraniano (1,3% cada).

Quanto ao local de residência, 36% dos respondentes residem no distrito do Porto, seguido por Bragança (26,7%) e Vila Real (14,7%). Outros distritos, como Braga (2,7%) e localidades como Aveiro, Cascais, Coimbra, Guarda, Oeiras e Viana do Castelo, representam cada um 1,3% dos respondentes.

Em relação à situação face ao emprego, a maioria (70,7%) trabalha por conta de outrem, enquanto 16,0% trabalham por conta própria. Além disso, 8,0% dos respondentes são reformados, 2,7% são estudantes e 2,7% encontram-se desempregados.

A probabilidade de recomendarem o evento a um amigo ou familiar foi muito alta, com uma média de 9,68 numa escala de 0 a 10, onde 0 significa "nada provável" e 10 "extremamente provável".

Relativamente aos hábitos de participação, 77,3% dos respondentes indicaram ter o hábito de participar em eventos desta natureza. Cerca de 45,3% afirmaram ter participado na edição do TWF de 2023, enquanto 54,7% não o fizeram. Durante esta edição, 97,3% encontravam-se acompanhados, enquanto 2,7% participaram sozinhos. Entre os que estavam acompanhados, 67,1% indicaram estar com amigos, 45,2% com o/a companheiro/a, e 19,2% com filhos.

Relativamente às fontes de informação utilizadas para escolher este evento, o passa-palavra foi a mais mencionada, com 64,0% dos respondentes a indicarem os amigos como principal fonte. As redes sociais foram utilizadas por 33,3%, seguidas pelo website oficial do evento, com 25,3%.

Outras fontes, como e-mail (6,7%), motores de pesquisa (2,7%) e brochuras ou publicações de turismo (1,3%), tiveram menor relevância.

Os respondentes do TWF, realizado em Murça, indicaram as suas principais motivações para participar no evento. As respostas foram classificadas por ordem decrescente de relevância, considerando a soma das categorias "bastante importante" e "muito importante":

1. Mudar para um ambiente diferente/ter experiências novas – Este foi o motivo mais valorizado, com 80,0% dos respondentes a classificarem-no como "bastante importante" ou "muito importante".
2. Estar com amigos/desenvolver amizades – Uma forte motivação, destacada por 78,7% dos participantes.
3. Aprender/alargar conhecimentos – Considerado relevante por 69,3% dos respondentes.
4. Contactar residentes locais – Valorizado por 61,3%, evidenciando o interesse pelo contacto com as comunidades locais.
5. Ter paz e calma/estar longe das multidões – Também mencionado por 61,3% como uma motivação importante.
6. Conhecer pessoas novas – Uma motivação relevante para 58,7% dos respondentes.
7. Ver um local específico – Apontado como significativo por 57,3% dos participantes.
8. Evitar responsabilidades/descansar a mente – Considerado uma razão importante por 45,3% dos respondentes.
9. Descansar – O motivo com menor relevância, mas ainda apontado por 36,0% dos respondentes como "bastante importante" ou "muito importante".

Os dados refletem que os participantes do evento valorizam sobretudo a oportunidade de explorar novos ambientes e vivenciar experiências únicas, bem como o convívio social. Outras motivações, como o contacto com residentes locais e momentos de tranquilidade, também foram destacados, embora com menor intensidade.

Tabela 10 – Motivos de participação - Murça

Motivos	%				
	Nada importante	Pouco importante	Importante	Bastante importante	Muito importante
Descansar	10.7	16.0	37.3	13.3	22.7
Aprender/alargar conhecimentos	1.3	4.0	25.3	29.3	40.0
Conhecer pessoas novas	1.3	5.3	34.7	24.0	34.7
Contactar residentes locais	1.3	2.7	34.7	24.0	37.3
Evitar responsabilidades/descansar a mente	10.7	17.3	26.7	13.3	32.0
Mudar para um ambiente diferente/ter experiências novas	0.0	2.7	17.3	26.7	53.3
Ver um local específico	1.3	4.0	37.3	30.7	26.7
Ter paz e calma/estar longe das multidões	5.3	10.7	22.7	24.0	37.3
Estar com amigos/desenvolver amizades	0.0	2.7	18.7	22.7	56.0

Os respondentes demonstraram um elevado grau de satisfação com o evento. A satisfação global foi o item mais bem avaliado, com uma média de 4,622 e mediana de 5, refletindo uma percepção muito positiva.

A logística (4,608), as atividades de domingo (4,595), e o almoço de domingo (4,575) também obtiveram boas avaliações. As condições dos trilhos (4,568) e o entretenimento (4,486) foram bem avaliados, embora com maior variabilidade nas respostas, o que se pode explicar pelo mau tempo e chuva verificados no domingo.

As atividades de sábado tiveram a menor média (4,409), mas ainda assim uma mediana de 5, evidenciando que a maioria dos participantes ficou satisfeita.

Tabela 11 – Grau de satisfação – Murça

	n	omisso	Média	Mediana	Desvio-padrão
Atividades de sábado	66	9	4.409	5.000	.9919
Atividades de domingo	74	1	4.595	5.000	.9204
Almoço de domingo	73	2	4.575	5.000	.9706
Logística (secretariado, transporte, localização e horários)	74	1	<b>4.608</b>	5.000	.9906
Condições dos trilhos (grau de dificuldade, instalações de apoio, estado do trilho)	74	1	4.568	5.000	.9078
Entretenimento (observação, fotografia, desporto...)	74	1	4.486	5.000	.9543
Satisfação global	74	1	<b>4.622</b>	5.000	.9021

Os resultados refletem o sucesso geral do evento, destacando a qualidade da organização e o impacto positivo nos participantes.

## **4.2. Análise Global do *Tua Walking Festival***

### **4.2.1 Análise Qualitativa**

#### **A. Observação Participante e Entrevistas Etnográficas**

Os métodos utilizados na pesquisa qualitativa foram a observação participante e entrevistas etnográficas. A observação participante concentrou-se nos trilhos de quatro municípios do TWF de 2024, sendo eles: Mirandela, Carrazeda de Ansiães, Vila Flor e Murça. Todas as observações realizadas nos trilhos foram documentadas em gravador de áudio portátil, durante as caminhadas. As gravações foram utilizadas posteriormente para escrever as notas de campo. Essas notas, que totalizam 20 páginas de texto com espaçamento simples, incluem reflexões pessoais do pesquisador envolvido sobre emoções e sensações vivenciadas.

O conjunto de dados também inclui entrevistas etnográficas para documentar as reflexões dos informantes em adição às suas ações naturalistas (Arnould e Wallendorf, 1994). As entrevistas etnográficas referem-se a conversas informais realizadas pelo pesquisador para explorar os significados das práticas dos informantes enquanto ocorrem (Arsel, 2017). As entrevistas começaram com perguntas introdutórias para documentar as histórias de vida dos PTWF. Posteriormente, as questões focaram as suas experiências no pedestrianismo, competências em caminhadas na natureza, conhecimentos e práticas. As entrevistas tiveram uma duração média de 38 minutos. As entrevistas etnográficas foram gravadas e transcritas na íntegra. Ao todo, foram entrevistados 14 Participantes do TWF (daqui em diante PTWF) e 4 profissionais envolvidos na organização e realização dos eventos. Foram utilizados nomes fictícios na análise dos dados para assegurar a confidencialidade dos informantes.

A amostra de 14 PTWF consiste principalmente em pedestrianistas com mais de 45 anos, provenientes de camadas sociais médias. A média etária é de 48 anos, com 4 participantes no intervalo de 25 a 44 anos e 10 com 45 anos ou mais. Eles estão no final da meia-idade ou já atingiram a terceira idade. Entre as ocupações, destacam-se profissionais de áreas como educação, saúde, turismo e serviços, além de alguns sem ocupação formal, como uma dona de

casa. Quanto à formação académica, observa-se uma diversidade que vai desde o ensino superior completo até ao doutoramento em áreas como Engenharia Química, Direito, Demografia e Computação. Eles não possuem histórico em desportos especializados, como academia, futebol ou voleibol, refletindo um eco desse desporto turístico. A amostra também inclui 4 profissionais envolvidos na organização do evento. Dois deles trabalham para o PNRVT, que organizou o evento, enquanto os outros dois são da Portugal NTN, responsável pelo planeamento dos trilhos, condução das caminhadas e orientação dos participantes.

Após cada trabalho de campo, foi realizada a codificação aberta e análises idiográficas das notas de campo e transcrições. Essas análises foram comparadas para refinar as interpretações emergentes (Charmaz, 1995). Foi realizada uma triangulação entre os consumidores regulares para obter uma visão mais ampla dos padrões de práticas de consumo entre os PTWF. Também foram comparadas a observação participante e as entrevistas etnográficas para identificar divergências nas perspetivas dos informantes (Spiggle, 1994).

#### **Características dos Participantes do *Tua Walking Festival***

Os PTWF procuram uma experiência desportiva na natureza com certo grau de desafio durante o tempo de lazer, que não exija o desenvolvimento de competências avançadas ou alto nível de desempenho. A motivação dos PTWF para realizar o pedestrianismo está relacionada com o desejo de relaxar, estar em contacto com a natureza e aproveitar o tempo de lazer sem a pressão de um alto desempenho. Geralmente, aproveitam eventos promovidos pelos municípios, ou empresas e instituições que incentivam esse tipo de turismo para realizarem a caminhada. Nesses eventos, os PTWF contam com empresas que planeiam e organizam a caminhada, oferecendo apoio e segurança. Preferem ser guiados por empresas especializadas quando realizam o pedestrianismo, não tendo interesse em se envolverem em atividades de planeamento, tais como elaboração do percurso, ou investir tempo com os preparativos da atividade de pedestrianismo.

Os PTWF não estão preocupados com a performance e não estabelecem competição com os demais pedestrianistas: “Eu encaro a caminhada como puro lazer, estar na natureza, relaxar, sair da cidade. Essa é a minha intenção na caminhada” (Andressa, 42). Os PTWF não utilizam aplicativos para registar a caminhada, tais como Wikiloc e Strava, que possibilitam aos utilizadores partilharem os trilhos realizadas, registar o tempo e a velocidade da caminhada e estabelecer rankings entre os pedestrianistas.

Embora a motivação dos PTWF não esteja ligada à competição ou performance, a satisfação pessoal surge do equilíbrio entre o contacto com a natureza, o relaxamento e as atividades culturais ou sociais realizadas durante o pedestrianismo. Os PTWF procuram ter contacto com a natureza das localidades por onde os trilhos são percorridos. Para Amanda, a motivação inicial de participar das caminhadas foi o convite do amigo Pedro, mas a satisfação foi ampliada ao explorar lugares desconhecidos e apreciar cascatas próximas da sua cidade. Para Amanda (45, Dona de Casa), por exemplo, o pedestrianismo possibilitou-lhe aproximar-se da natureza:

*Mas (eu) não conhecia nada da natureza, nadinha mesmo e com o Pedro (amigo que organiza caminhadas) a gente já começou a conhecer sítios diferentes. A primeira que nós fomos vimos as cascatas d'água, que eu nem sequer sabia que havia assim tão perto de nós umas cascatas daquela que eram bem bonitas.*

Os PTWF também se interessam por atividades não desportivas que podem ser realizadas paralelamente ou como parte da experiência turística desportiva. A satisfação dos PTWF deriva principalmente da experiência de desfrutar da natureza, realizar atividades culturais durante o percurso e socializar com amigos ou familiares. Clarice (52, Assistente Social) relata a sua experiência com o evento cultural em que participou durante o percurso do trilho em Carrazeda:

*Foi surpreendente, era desconhecido para mim, da forma era desconhecido no sentido de que não sabia como é que funcionavam os moinhos, claro que genericamente sabemos, mas visto assim, no local e contado para nós, não.*

O pedestrianismo também é uma oportunidade para os PTWF conhecerem e terem contacto com outras pessoas. Os PTWF não pertencem a uma comunidade de consumo (Schouten e McAlexander, 1995; Quintão, Brito, Belk 2017a), mas realizam o pedestrianismo com parentes, ou amigos próximos. Em dupla, ou em pequenos grupos, organizam-se por meio do contacto via WhatsApp diante de uma oportunidade, ou evento que possam participar. “Nós, fizemos um grupo específico para caminhada, temos o grupo do WhatsApp, ainda está lá, e há alguns movimentos no grupo que tem mais interesse por caminhadas do que outros, e às vezes vão comentando, para ver se alguém quer.” (Andressa, 42).

A motivação dos PTWF para realizar o pedestrianismo está fortemente ligada ao desejo de vivenciar momentos de lazer e descontração, enquanto a satisfação é alcançada por meio das descobertas culturais, interações sociais e o contacto direto com a natureza. A seguir explicamos

o desalinhamento das práticas de consumo não alimentares e de que maneira esse desalinhamento afeta a satisfação e a experiência do pedestrianismo.

### **Desalinhamento das Práticas de Pedestrianismo**

Os resultados apresentados a seguir explicam como a inaptidão na utilização e escolha de objetos para a atividade turística, a dificuldade na avaliação do esforço físico a ser realizado, e a maior exigência física na realização da prática desportiva afetam a experiência dos consumidores regulares de pedestrianismo. Os problemas comuns enfrentados pelos PTWF, desde a escolha inadequada de roupas e equipamentos até a falta de compreensão sobre os esforços físicos necessários e as técnicas apropriadas para enfrentar diferentes tipos de terreno aumentam o desconforto e os riscos durante a atividade, como também influenciam a satisfação e a experiência de consumo da caminhada. Estes problemas são detalhados de seguida.

### **Inaptidão na Utilização e Escolha de Objetos**

Os PTWF, em grande parte, utilizam objetos que já possuem para realizar o pedestrianismo, tais como camisolas, calças, ténis e bonés, contudo estes não os mais adequados para a prática da atividade turística. A motivação para participar das caminhadas parece estar ligada ao prazer de estar na natureza e participar de eventos culturais, o que muitas vezes supera a preocupação com os equipamentos adequados. Gisele (60, Psicanalista), por exemplo, usava calças e blusa pretas na caminhada, cor que retém o calor do sol e aquece mais, sendo a menos indicada para se utilizar numa caminhada durante o dia. Carlos (41, Técnico Superior) revelou que um amigo realiza as caminhadas de jeans: “nós combinamos comprar umas calças adequadas para ele fazer os trilhos (risos)!”

Na observação participante, observámos diversos problemas enfrentados pela utilização inadequada de objetos durante a caminhada. Por causa do calor, os participantes utilizam camisolas de manga curta e em alguns casos, camisetas (sem manga), que expõem a pele a longas horas de contacto com o sol. Mesmo com o uso de protetor solar, com as longas horas de exposição ao sol durante a caminhada, a pele fica vermelha e, em alguns casos, queimada. Outra região muito exposta ao sol é o rosto, pois grande parte dos PTWF não utilizam proteção contra o sol na cabeça. Alguns utilizam boné, entretanto esse tipo de chapéu com aba frontal protege apenas o rosto da pessoa, deixando expostas a nuca e as partes laterais do rosto e pescoço.

Ainda assim, a satisfação de realizar a caminhada num ambiente natural parece compensar os incômodos gerados pela escolha inadequada de equipamentos. Nas suas notas de campo, um dos pesquisadores comenta sobre o contraste entre os objetos utilizados pelos colaboradores da empresa especializada e os consumidores casuais.

*Nas 4 localidades, independentemente do calor, os funcionários da empresa especializada em caminhadas na natureza utilizaram blusas de manga comprida e chapéus de trekking, ou sombreiro. Os participantes do evento, por outro lado, não parecem preocupar-se em cobrir o corpo. A sensação é que eles querem aproveitar o sol e expor o corpo. Há participantes com roupas muito inadequadas. Em Carrazeda, havia um participante com roupa de ginástica: calção, blusa e ténis de academia.*

Há também PTWF que compram roupa e calçado para caminhada, mas as escolhas não são apropriadas para a prática do pedestrianismo, como o calçado por exemplo. Regina (50, Conservadora), que foi indicada pelas suas amigas para ser entrevistada durante a observação participante por ser a referência no grupo em relação à prática de pedestrianismo, ao ser questionada se tinha comprado algo para realizar a caminhada, respondeu: “comprei um ténis. São ténis ideais, que são estes (aponta para um de seus pés)”. Entretanto, ténis não são indicados para a prática de pedestrianismo por causa da falta de suporte e proteção, aumento de risco e lesões. A motivação de se conectar com a natureza e vivenciar experiências únicas parece ser mais importante do que a preocupação técnica com os equipamentos.

De entre as opções oferecidas pelo mercado, a Decathlon é a loja preferida pelos informantes para realizar a compra dos objetos para a caminhada. Contrariamente a lojas especializadas em pedestrianismo, tais como: Recreational Equipment, ou Cotswold Outdoor, a Decathlon é uma grande rede retalhista de artigos desportivos de fácil acesso para os consumidores, mas é nas lojas especializadas que os consumidores encontram maior variedade e melhor qualidade de produtos para a prática do pedestrianismo, além de profissionais especializados em pedestrianismo que podem oferecer informações e conhecimentos específicos. Essa facilidade de acesso aumenta a satisfação dos consumidores ao prepararem-se minimamente para os trilhos, mesmo sem investir em itens de alta performance.

### **Dificuldade na Avaliação do Esforço Físico**

Os PTWF não possuem conhecimento técnico específico para avaliar e gerenciar o esforço físico necessário para participar do pedestrianismo. No material disponibilizado na internet pelo

evento, há informações sobre o desnível acumulado e grau de dificuldade dos trilhos a serem percorridos nas localidades onde as caminhadas serão realizadas. Em Freixiel, Vila Flor, por exemplo, o desnível acumulado informado do trilho foi de 580 metros e o grau de dificuldade como sendo definido pela organização com “algo difícil”.

Apesar da organização reforçar a necessidade dos participantes se prepararem para as caminhadas: “você devem olhar para a extensão, para o declive, para o grau da dificuldade, para que consigam adaptar o percurso à vossa condição física” (notas de campo de um dos pesquisadores na abertura do evento em Vila Flor), os informantes demonstraram não entender o significado dos termos e informações sobre o percurso e o seu impacto na caminhada. Regina (50, Conservadora), por exemplo, demonstra a surpresa com o grau de dificuldade do trilho em Carrazeda, mesmo com as informações oferecidas pelo evento: “Ontem era menos (difícil), ontem (trilho de sábado) só eram 5 km e era uma coisa leve, não havia caminhos difíceis como este (trilho de domingo). Ontem, a dificuldade era só o calor, porque de resto era fácil, agora, hoje está assim (cara de cansaço e descontentamento).” Regina não esperava experimentar o nível de esforço físico que o trilho lhe exigiu.

Alguns trilhos, por exemplo, foram comunicados pela organização como sendo “algo difícil”, o que acabou por gerar brincadeiras e dúvidas entre os participantes após o evento de Carrazeda que teve desistências no caminho por causa do nível maior de dificuldade física e técnica em relação ao trilho de Mirandela: “Final, o que é algo difícil?”, “Devia tirar o algo e deixar difícil mesmo!”, “Eu estou com medo do algo difícil de Vila Flor”.

A falta de compreensão técnica é compensada pela satisfação gerada quando os PTWF completam o trilho, tendo contactado com a natureza e as paisagens oferecidas pelos percursos. Os PTWF delegam a responsabilidade do planeamento do trilho na organização do evento. Como informa Maria (33, Técnica Superior), “as pessoas não leem o programa (do evento). Não vão ler, ou então leem no dia anterior. É isso...”. Os informantes preferem realizar o pedestrianismo com uma empresa organizadora justamente para serem devidamente assessorados e não precisarem entender, ou aprofundar os conhecimentos técnicos sobre o assunto. Os informantes estabelecem uma relação de confiança com a empresa organizadora não só no planeamento dos trilhos, mas na organização e realização do pedestrianismo:

*Há outras empresas no distrito a organizar caminhadas. Eu já fiz com outras empresas, mas regresso sempre a esta, porque acho que a qualidade da organização é efetivamente superior em todos os níveis: disponibilidade dos colaboradores, quantidade de*

*colaboradores que encontramos em pontos estratégicos ao longo do caminho, segurança... Houve uma caminhada em que uma amiga magoou a mão e imediatamente vieram com o kit de primeiros socorros apoiá-la. Já nos perdemos em caminhadas e eles localizaram-nos (Clarice, 52, Assistente Social).*

A utilização de empresas especializadas para a realização do pedestrianismo reflete a confiança construída a partir de experiências que garantiram não apenas segurança, mas também satisfação com os serviços prestados.

Como resultado da dificuldade dos PTWF em avaliar o esforço físico da caminhada, diversos passaram por dificuldades durante e depois do trilha. Alguns desistiram do trilha por causa do esforço físico e técnico exigidos, preferindo voltar para o ponto de partida, outros terminaram o percurso, mas sentiram dores no joelho e no pé, assim como inchaço no corpo e tornozelo. Apesar desses desafios, os relatos indicam que, ao superar os obstáculos, muitos participantes encontram motivação para continuar a explorar novos percursos e sentem satisfação ao concluir os trilhos propostos.

### **Maior Exigência Física**

Os PTWF realizam um esforço físico aumentado devido à falta de familiaridade com as técnicas da prática de pedestrianismo. A maneira como caminhar nas subidas, descidas, terrenos pedregosos, areosos e molhados, por exemplo, influencia significativamente a exigência física durante a prática do pedestrianismo, assim como o risco de quedas e acidentes ao longo do percurso. Mário (32, Guia de Turismo de Natureza) explica como as questões técnicas influenciaram muito o percurso realizado em Carrazeda. Como os participantes não sabiam a técnica de caminhada, ficaram receosos de pisar em algumas partes do trilha que tinham poças e filetes de água correndo no chão: “Se a poça de água está assim (mostra com a mão a água acumulada no solo), ou seja, isso quer dizer que por baixo, a água não some (não infiltra), fica mais compacto (o chão). Sob a lama, não é compacto. (Na poça de água) a gente consegue tocar (com o pé) com mais pressão no chão” (Mário, 32, Guia de Turismo de Natureza).

Como o percurso tinha diversos trechos de *single track* (trânsito individual), a dificuldade dos participantes em caminhar no piso molhado gerou filas e esperas pelo trilha, atrasando o tempo total do percurso e tornando a caminhada mais desgastante. O *single track* oferece uma experiência mais imersiva e íntima com o ambiente natural, mas é mais técnico e desafiador. No percurso de domingo de Carrazeda, a extensão de 9 km e a inclinação acumulada do trilha

tornaram a caminhada mais difícil para os participantes. Como resultado, vários desistiram durante o percurso e foram resgatados pelos organizadores do evento.

Subidas e descidas requerem maior exigência física dos pedestrianistas, sendo necessário utilizar técnicas adequadas para a prática do pedestrianismo. Em Freixiel, Vila Flor, logo no início do trilho, havia uma subida longa e íngreme que exigiu maior esforço físico dos participantes. Um dos pesquisadores revela na sua nota de campo como esse momento foi desafiador.

*No meio do monte, comecei a sentir a minha respiração ofegante. As minhas pernas começaram a arder. Comecei a procurar alternativas para tentar aliviar o cansaço físico que começava a sentir. Passei a evitar pisar em areia fofa para não escorregar, experimentei passadas mais largas e mais curtas, tentei copiar a maneira como algumas pessoas a meu lado caminhavam... Nesse momento percebi que era necessário aprender as técnicas de caminhada para saber lidar com os momentos de maior dificuldade...*

Os participantes relataram dores ou problemas no joelho por causa da exigência física exigida nas descidas mais íngremes e longas dos trilhos, como por exemplo Helena (48, Professora): “fiquei triste (depois da caminhada realizada em Carrazeda), pois foi a primeira vez que o meu joelho doeu após uma atividade física...”. Helena se orgulhava de nunca ter sentido dores no joelho durante suas atividades físicas, por isso sentia-se frustrada com a situação. Nas descidas, os joelhos absorvem o impacto e controlam o movimento do corpo, exigindo mais das articulações e dos músculos ao seu redor. Para lidar com esse problema, um dos informantes da Portugal NTN explica a técnica do zigue-zague nas descidas:

*Vais experimentar fazer zig zags e ter uma imediata descompressão muscular, porque quando estás a fazer assim (indica com as mãos uma pessoa pisando em linha reta), estás a fazer sempre o mesmo tipo de tração e assim (indica com as mãos uma pessoa pisando fazendo zigue zague) estás a fazer para a esquerda, estás a fazer para a direita. Estás a fazer movimentos em termos musculares completamente distintos e que vão relaxar.*

Dominar técnicas específicas do pedestrianismo proporciona mais conforto durante os trilhos, elevando o nível de satisfação com a prática e incentivando a continuidade no desporto. O pedestrianismo exige técnicas específicas para tornar a prática desportiva mais eficiente, economizando energia e possibilitando caminhadas mais longas sem fatigar rapidamente. Mas além disso, o uso das técnicas adequadas torna a experiência turística mais agradável, pois ajuda a evitar dores e desconfortos, permitindo que os praticantes desfrutem mais da paisagem e da

atividade em si. Apesar das dificuldades, os momentos de superação são frequentemente uma fonte de satisfação pessoal, incentivando muitos a continuar investindo na prática.

## B. Nuvem de Palavras e VOSviewer

Para identificar as principais palavras-chave e visualizar a frequência e a importância dos termos recorrentes nos comentários/sugestões escritos pelos participantes, foi elaborada uma nuvem de palavras, através da plataforma *Word Art* (ver Figura 1).

Figura 1 – Nuvem de palavras dos comentários/sugestões



A Figura 1 apresenta uma visão agregada das palavras-chave dos 115 comentários e sugestões dos participantes, evidenciando as temáticas predominantes. Destacam-se, entre as palavras-chave mais relevantes, os termos Evento (n=62), Percurso (n=39), Participantes (n=32), Logística (n=25), Dificuldade (n=23), Organização (n=23), Comida (n=22), Caminhada (n=21), Segurança (n=19), Horário (n=15), Informação (n=14) e Programação (n=10).

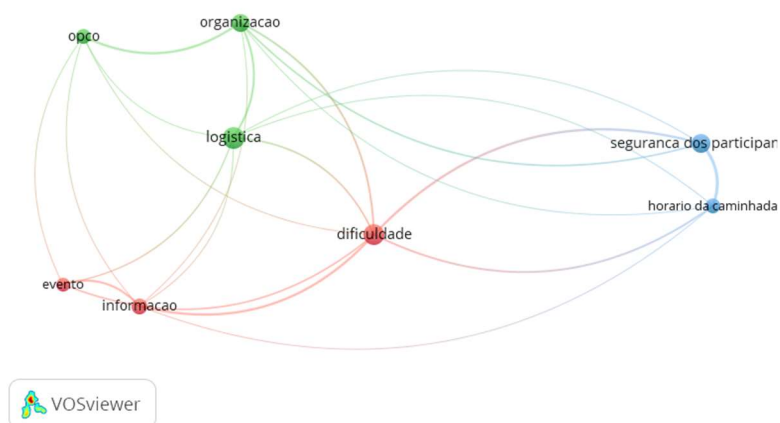
As respostas abertas dos questionários podem ser classificados em **grandes categorias**, com base nos padrões observados:

- **Logística e Organização:** Inclui tópicos como "logística do evento", "dificuldade do percurso", "horário da caminhada", "sinalização do percurso" e "organização da caminhada". Estes são temas recorrentes, indicando preocupações práticas dos participantes.
- **Experiência do Participante:** Tópicos como "conforto dos participantes", "sombras e lugares sentados no almoço", "experiência dos participantes" e "beleza do percurso" destacam a ênfase na experiência geral.

- **Infraestruturas e Sustentabilidade:** Comentários como "infraestruturas no evento", "sustentabilidade", "reutilização de materiais" e "produtos locais" sugerem uma preocupação com aspetos físicos e ecológicos.
- **Alimentação e Bebidas:** "opções de comida", "qualidade da comida", "reforço alimentar", e "pontos de água no percurso" aparecem como temas críticos relacionados à experiência gastronómica.
- **Comunicação e Interação:** Tópicos como "informação sobre o evento", "comunicação com a organização", e "comportamento da organização" destacam a importância da troca de informações e da relação com os organizadores.

Para explorar os comentários/sugestões dos participantes e identificar os clusters temáticos das conexões entre os mesmos, realizou-se uma análise através do software VOSviewer. A análise ajudou a entender como os diferentes comentários/sugestões estão interligados e quais são os principais temas (ver Figura 2).

*Figura 2 - Rede temática global com base na análise dos comentários/sugestões dos participantes*



Com base na figura 2, salienta-se que os tópicos mais interligados (como "dificuldade do percurso", "logística do evento", e "opções de comida") representam temas centrais nos comentários. Os clusters específicos podem refletir subtemas:

**Cluster 1 (cor vermelha)** – “Dificuldade”; “Informação”; “Evento”

Este cluster está situado entre a “dificuldade do percurso”, a “informação sobre o percurso/programa” e “informação sobre o evento”. Representa as preocupações relacionadas

com o conforto, duração e dificuldade, centrado na **experiência individual dos participantes**, considerando tanto o conforto quanto a percepção do evento.

- Palavras-chave relevantes: *conforto dos participantes, beleza do percurso, segurança dos participantes, elogio à organização, produtos locais, experiência dos participantes, observações gerais.*
- Interpretação: Este cluster agrupa tópicos que definem o bem-estar e satisfação dos participantes durante o evento. A ênfase em conforto e segurança mostra que esses fatores desempenham um papel significativo na percepção geral. Além disso, o destaque em elogios e percepções da beleza do percurso sugere que a atmosfera e organização também contribuem para uma experiência memorável.

#### **Cluster 2 (cor verde)** – “Organização”, “Logística”, “Opções”

Este cluster reúne tópicos relacionados à **organização operacional** e está focado em temas logísticos e práticos, como sinalização, programação e logística. Este cluster agrupa tópicos relacionados à organização prática e à gestão do evento, incluindo a interação entre participantes e organizadores. As palavras-chave que se encaixam nesse grupo são:

- Palavras-chave relevantes: *logística do evento, sinalização do percurso, dificuldade do percurso, opções de comida, qualidade da comida, sombras e lugares sentados no almoço, alojamento, horário da caminhada, organização da caminhada, programação do evento, pontos de água no percurso, informação sobre o percurso, comunicação com a organização.*
- Interpretação: Este cluster reflete o planeamento operacional, as preocupações logísticas e a experiência do evento. A interconexão forte entre os tópicos indica que esses aspetos são frequentemente mencionados em conjunto, sugerindo que os participantes consideram o planeamento e a organização essenciais para o sucesso do evento.

#### **Cluster 3 (cor azul)** – “Horário da caminhada”; “Segurança dos participantes”

O cluster azul parece destacar preocupações relacionadas com a **segurança dos participantes**, organização temporal e sustentabilidade; fatores cruciais para garantir uma experiência tranquila e organizada.

- Palavras-chave relevantes:
  - *Segurança dos participantes, horário da caminhada, horário do almoço, organização da caminhada, experiência dos participantes, condições do trilho, comportamento dos participantes, reutilização de materiais.*
- Interpretação: Este cluster reflete aspetos mais técnicos e estratégicos. Tópicos de sustentabilidade e infraestrutura indicam um interesse em práticas ambientalmente responsáveis e no uso eficiente de recursos. A inclusão de "comportamento dos participantes" sugere um interesse em como os participantes interagem com esses elementos.

#### 4.2.2 Análise Quantitativa

Em síntese, o TWF realizou cinco eventos em 2024, cada um com características e resultados distintos, mas com algumas semelhanças em termos de perfil dos participantes e motivos principais para aderirem ao evento.

##### **No que respeita às semelhanças entre os diferentes eventos:**

**Perfil Sociodemográfico:** em todos, a maioria dos participantes era portuguesa (cerca de 97%-98%) e do sexo feminino, com percentagens variando entre 56% (Murça) e 67% (Mirandela). Os participantes apresentaram níveis elevados de escolaridade, com cerca de 40%-50% a possuir ensino superior e entre 24%-30% com pós-graduação, mestrado ou doutoramento.

**Motivações Principais:** nos diferentes eventos, destacou-se a procura por novas experiências como a motivação mais relevante, com cerca de 78%-80% dos respondentes a considerarem este motivo "bastante importante" ou "muito importante". O convívio social, como estar com amigos ou desenvolver amizades, também foi amplamente valorizado, com percentagens superiores a 70% em quase todas as edições.

**Elevada Satisfação Global:** a satisfação global em todas as edições registou médias superiores a 4,5 numa escala de 1 a 5, com medianas de 5, evidenciando um alto nível de contentamento entre os participantes.

## No que respeita às diferenças entre os diferentes eventos:

**Distribuição por Localidade de Residência:** em **Mirandela**, 50,6% dos respondentes eram do distrito de Bragança, seguido pelo Porto (14,1%). Em **Murça**, o distrito do Porto teve maior representação (36%), seguido de Bragança (26,7%). **Vila Flor** e **Carraceda de Ansiães** também registaram maior concentração de residentes de Bragança (40%-52%), enquanto em **Alijó**, o Porto representou 33% dos participantes.

**Participação em Eventos Similares:** o hábito de participar em eventos semelhantes foi mais elevado em **Carraceda de Ansiães** (76,3%) e **Alijó** (81,3%), comparado com **Mirandela** (80,2%) e **Murça** (77,3%).

**Idades dos Participantes:** a média de idades variou, com **Mirandela** a registar a menor média (46,9 anos) e **Alijó** a maior (50,1 anos). **Murça** situou-se no meio, com 49,2 anos.

**Fontes de Informação:** o passa-palavra foi predominante em todos os eventos, mas a utilização de redes sociais e websites oficiais variou. Em **Murça**, 64% usaram amigos como fonte principal, enquanto em **Vila Flor** e **Carraceda**, as redes sociais e websites tiveram maior relevância.

**Motivações Menos Relevantes:** motivos como descansar e evitar responsabilidades foram consistentemente menos importantes em todos os eventos, com percentagens abaixo de 50%. Os participantes foram também solicitados a atribuir uma pontuação de 0 a 10 à pergunta: "Qual a probabilidade de recomendar o TWF a um amigo ou familiar?", onde 0 significa "nada provável" e 10 representa "extremamente provável". Com base nas respostas obtidas, calculou-se o percentual de promotores (notas 9 e 10) e de detratores (notas de 0 a 6) para determinar o Net Promoter Score (NPS). Relativamente ao NPS, 87,4% dos participantes foram promotores, 11,8% neutros e 0,8% detratores do evento. O NPS calculado foi de 86,6, o que reflete um resultado muito positivo e sugere que a maioria dos participantes são promotores entusiastas do TWF.

## 5. Conclusões

Os resultados dos cinco eventos do TWF evidenciam um público consistente em termos de perfil e motivações, com altos níveis de satisfação em todos os eventos. Cada evento teve características específicas em termos de local de residência e fontes de informação, refletindo

o impacto regional do festival e as estratégias de divulgação. No geral, o TWF consolidou-se como um evento valorizado pela sua capacidade de oferecer experiências únicas, promover o convívio social e satisfazer amplamente os participantes.

No TWF, a motivação pode ser observada na procura por desafios físicos ou por uma sensação de realização. Os PTWF, como os mencionados em relatos sobre o pedestrianismo nas cidades, muitas vezes deparam-se com dificuldades técnicas, como terrenos escorregadios ou subidas íngremes. A motivação de completar a caminhada e de superar esses obstáculos pode ser uma força poderosa, especialmente quando os participantes são incentivados por guias experientes ou pela organização do evento. A instrução técnica pode ser vista como uma forma de aumentar a motivação, pois fornece as ferramentas para que os praticantes lidem melhor com os desafios físicos. A motivação também está presente na prática do pedestrianismo por ser uma fonte de prazer por si só, seja pela conexão com a natureza, pela sensação de paz proporcionada pela atividade, ou pela satisfação com a própria superação. Muitos PTWF relataram sentir prazer em estar imersos no ambiente natural, em vez de se focar apenas na dificuldade do percurso. A motivação para realizar pedestrianismo, nesse caso, pode ser ligada ao desejo de explorar e aproveitar o momento, em vez de procurar uma simples realização ou reconhecimento. A satisfação com a experiência aumenta quando a pessoa consegue integrar essa conexão com o ambiente natural e o desafio físico, resultando numa vivência enriquecedora.

A satisfação, por sua vez, está relacionada com a maneira como o indivíduo avalia a sua experiência no final. Para muitos praticantes, a sensação de conquistar o fim do trilho, superando obstáculos físicos, é uma das fontes mais gratificantes de satisfação. Essa satisfação também é influenciada pela percepção da dificuldade da caminhada. A experiência de pedestrianismo pode-se tornar menos satisfatória quando o esforço físico exigido é mal compreendido ou quando as expectativas dos participantes não são atendidas.

A motivação e a satisfação no pedestrianismo são dinâmicas e multifacetadas. A motivação para participar pode ser impulsionada tanto pelos desafios e recompensas tangíveis, quanto pela procura por prazer e conexão com a natureza. A satisfação, por sua vez, é alcançada quando os participantes conseguem superar os desafios de forma eficaz e sentir que a experiência foi gratificante. A interação entre motivação e satisfação destaca a complexidade da experiência do pedestrianismo, onde tanto o esforço físico quanto o prazer emocional desempenham papéis muito importantes.

No futuro, tendo por base os *insights* fornecidos pelas palavras-chave na análise de comentários e sugestões, sugerem-se algumas ações:

1. **Aperfeiçoar a comunicação:** fornecer informações claras e antecipadas sobre o(s) percurso(s) pedestre(s), horários e logística do evento, mas também sobre serviços periféricos como alojamento e restauração.
2. **Melhorar a experiência gastronómica:** garantir diversidade e qualidade nas opções de alimentação e bebidas, assim como pontos estratégicos de abastecimento.
3. **Atenção ao conforto e à segurança:** considerar formação e informação sobre os equipamentos adequados à prática pedestrianista e sinalização clara no percurso, e durante os eventos acautelar sombras e assentos adequados na refeição.
4. **Foco na sustentabilidade:** incorporar práticas sustentáveis como reutilização de materiais e destacar produtos locais.

De realçar que os benefícios económicos locais são fundamentais para ganhar a simpatia e o apoio dos moradores e comunidades locais para desenvolver o turismo sustentável associado ao TWF. As implicações práticas e para a gestão do PNRVT corroboram outros trabalhos similares (e.g. Azevedo et al., 2024) sugerindo-se, às entidades gestoras dos recursos e à administração local, um investimento em infra-estruturas de apoio (por exemplo, casas de banho móveis, sinalética, mobiliário urbano informativo, acessibilidades, recolha de lixo ou planos de contingência e de gestão de crise e outros como prevenção/evacuação de incêndios). De igual forma, parece pertinente continuar a apostar em programas de educação ambiental para pedestrianistas e visitantes, bem como atividades de foro cultural que valorizem as tradições e costumes locais, a fim de atenuar potenciais conflitos e unir energias em colaboração com a população local.

Genericamente, os operadores turísticos envolvidos devem promover e diversificar as experiências no sentido de prolongar a estadia dos participantes na região, sendo que toda a indústria turística regional deve complementar estes produtos turísticos que são os percursos pedestres, estrelas do TWF. A exemplo, a qualidade e variedade do alojamento e da restauração podem e devem ser melhoradas, tal como o desenvolvimento de brindes publicitários e merchandise certificado poderá acrescentar sentido de pertença e um fonte potencial de receitas para o retalho especializado em produtos endógenos e “souvenirs”.

Continuação de muito sucesso nos eventos vindouros!

Mirandela, 12 dezembro 2024

**Luísa Margarida B. Lopes**

PhD, MSc, Gestão – Marketing e Estratégia  
EsACT - IPB  
Campus do Cruzeiro, gab. A1.20  
5370-202 Mirandela  
e-mail: luisa@ipb.pt

**Lara Santos**

PhD, MSc, Marketing e Estratégia  
EsACT – IPB, Universidade Lusófona  
Campus do Cruzeiro, gab. B1.23  
5370-202 Mirandela  
e-mail: lara.santos@ipb.pt

**Ronan Torres Quintão**

PhD, Marketing  
IFSP  
Campus Jacareí, sala A124  
E-mail: ronan.torres@ifsp.edu.br

**Salete Esteves**

PhD, MSc, Matemática  
EsACT - IPB  
Campus do Cruzeiro, gab. A1.16  
5370-202 Mirandela  
e-mail: saleteesteves@ipb.pt

## 6. Referências Bibliográficas

- Arnould, E., & Wallendorf, M. (1994). Market-oriented ethnography: Interpretation building and strategy formulation. *Journal of Marketing Research* 31(4), 484-504.
- Arsel, Z. (2017). Asking questions with reflexive focus: A tutorial on designing and conducting interviews. *Journal of Consumer Research* 44 (4), 939-48.
- Azevedo, A., Freire, F., Silva, L., Carapinha, A., & Matos, R. (2024). Tourists' assessment of economic value, benefits and negative impacts of pedestrian walkways: Case-studies of the Paiva River (Arouca) and the Mondego River (Guarda) in Portugal. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 46, art. no. 100769.
- Bichler, B. F., Peters, M. (2021). Soft adventure motivation: An exploratory study of hiking tourism. *Tourism Review* 76(2), 473-488. DOI 10.1108/TR-10-2019-0403
- Charmaz, K. (1995). Grounded theory. In Smith, J., Harré, R., Langenhove, L. (eds.): *Rethinking methods in psychology*, pp. 27-49. Sage, London.
- Chen, F., Naylor, M., Li, Y., Dai, S., & Ju, P. (2021). Festival or Sport? Chinese Motivations to a Modern Urban Hiking Event. *Sage Open*, 11(1). <https://doi.org/10.1177/2158244020986155>
- Gross, S., Sand, M. (2019). Adventure tourism: A perspective paper. *Tourism Review* 75(1), 153-157. DOI:[10.1108/TR-06-2019-0211](https://doi.org/10.1108/TR-06-2019-0211)
- Kim, H., Lee, S., Uysal, M., Kim, J., & Ahn, K. (2015). Nature-based tourism: Motivation and subjective well-being. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 32(sup1), S76-S96. <https://doi.org/10.1080/10548408.2014.997958>
- Kyle, G., Graefe, A., Manning, R., & Bacon, J. (2004). Effect of Activity Involvement and Place Attachment on Recreationists' Perceptions of Setting Density. *Journal of Leisure Research*, 36(2), 209–231. <https://doi.org/10.1080/00222216.2004.11950020>
- Pomfret, G., & Bramwell, B. (2014). The characteristics and motivational decisions of outdoor adventure tourists: a review and analysis. *Current Issues in Tourism*, 19(14), 1447–1478. <https://doi.org/10.1080/13683500.2014.925430>
- Spiggle, S. (1994). Analysis and interpretation of qualitative data in consumer research. *Journal of Consumer Research* 21(3), 491-503.
- Svarstad, H.(2010). Why hiking? Rationality and reflexivity within three categories of meaning construction. *Journal of Leisure Research*, 42 (1), pp. 91-110. <https://www.tandfonline.com/loi/ujlr20>. doi: 10.1080/00222216.2010.11950196

## Anexo 1: Questionário 2024



**INSTITUTO POLITÉCNICO DE BRAGANÇA**  
Escola Superior de Comunicação,  
Administração e Turismo

### INQUÉRITO DE SATISFAÇÃO - TUA WALKING FESTIVAL

Agradecemos a sua participação no Tua Walking Festival e por partilhar a sua opinião connosco. As suas respostas são anónimas e servirão apenas para ajudar à recolha de dados e melhoria dos nossos serviços. Este estudo integra um projeto de investigação da EsACT-IPB e pretende estudar a satisfação dos participantes do Tua Walking Festival. A sua colaboração é fundamental. Obrigado!

#### INSTRUÇÕES PARA O PREENCHIMENTO DO QUESTIONÁRIO:

- Leia, por favor, todas as questões antes de responder;
- Responda a todas as questões com o máximo de sinceridade;
- Não deixe nenhuma questão por responder.

Concordo em participar neste estudo e permito a utilização dos dados que, de forma voluntária, forneço confiando que apenas serão utilizados para esta investigação. Tomei conhecimento acerca dos objetivos, garantias de confidencialidade, anonimato e propósitos do estudo. (assinale com um X a opção adequada)

Sim, concordo em participar

#### I. CARACTERIZAÇÃO SOCIODEMOGRÁFICA:

1. Sexo (assinale com um X a opção adequada)

Feminino	<input type="checkbox"/>
Masculino	<input type="checkbox"/>
Prefiro não responder	<input type="checkbox"/>

2. Idade: \_\_\_\_\_

3. Habilitações literárias (Nível de estudos mais elevado que completou) (assinale com um X a opção adequada)

1º Ciclo (4.ª classe)	<input type="checkbox"/>
2º Ciclo (6.º ano)	<input type="checkbox"/>
3º Ciclo (9.º ano)	<input type="checkbox"/>
Ensino Secundário (12.º ano)	<input type="checkbox"/>
Ensino Superior (Bacharelato/Licenciatura)	<input type="checkbox"/>
Pós-graduação/MBA/Mestrado/Doutoramento	<input type="checkbox"/>

4. Nacionalidade

Portuguesa	<input type="checkbox"/>
Outra. Qual?	<input type="checkbox"/>

5. Distrito de residência (apenas para residentes em Portugal)

6. Concelho de residência (apenas para residentes em Portugal)

**7. Situação face ao emprego (assinale com um X a opção adequada)**

Estudante	
Desempregado/a	
Reformado/a	
Trabalhador/a doméstico/a	
Trabalhador/a por conta de outrem	
Trabalhador/a por conta própria	

**II. SATISFAÇÃO COM O TUA WALKING FESTIVAL****1. Qual a probabilidade de recomendar o Tua Walking Festival a um amigo ou familiar?**

	<b>0</b>											<b>10</b>
<b>Nada provável</b>		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>		<b>Extremamente provável</b>

**2. Tem por hábito participar em eventos desta natureza?**

Sim	
Não	

**3. Assinale o evento em que participou e avalia neste momento.**

Mirandela, 23 - 24 de março	
Carraceda de Ansiães, 13 - 14 de abril	
Vila Flor, 25 - 26 de maio	
Alijó, 13 - 14 - 15 setembro	
Murça, 05 - 06 de outubro	

**4. Participou no Tua Walking Festival de 2023?**

Sim	
Não	

**5. Encontra-se a participar neste evento**

Sozinho/a	
Acompanhado/a	

**6. Se respondeu acompanhado/a, identifique com quem:**

Amigo(s)	Companheiro/a	Filho(s)	Outros familiares	Grupo organizado

**7. Na escolha deste evento qual ou quais foram as suas principais fontes de pesquisa da informação?**

Através de amigos	
Através das redes sociais	
Através de e-mail	
Agências de viagens	
Brochuras, jornais e revistas de turismo	
Feiras de turismo	
Motores de pesquisa (ex. Google)	
Website oficial do evento ( <a href="https://parque.valetua.pt/tua-walking-festival/">https://parque.valetua.pt/tua-walking-festival/</a> )	
Outro:	

8. Pensando nos motivos para participar no Tua Walking Festival, indique o grau de importância de cada um dos seguintes motivos.

	1	2	3	4	5
Descansar					
Aprender/alargar conhecimentos					
Conhecer pessoas novas					
Contactar residentes locais					
Evitar responsabilidades/descansar a mente					
Mudar para um ambiente diferente/ter experiências novas					
Ver um local específico					
Ter paz e calma/estar longe das multidões					
Estar com amigos/desenvolver amizades					

Escala: 1- Nada importante; 2- Pouco importante; 3- Importante; 4- Bastante importante; 5- Muito importante

9. Indique o seu grau de satisfação com os seguintes itens:

	1	2	3	4	5	Não aplicável
Atividades de sexta e/sábado						
Atividades de domingo						
Almoço de domingo						
Logística (secretariado, transporte, localização e horários)						
Condições dos trilhos (grau de dificuldade, instalações de apoio, estado do trilho)						
Entretenimento (observação, fotografia, desporto...)						
Satisfação global						

Escala: 1- Muito insatisfeito; 2- Insatisfeito; 2- Pouco importante; 3- Nem satisfeito, nem insatisfeito; 4- Satisfeito; 5- Muito satisfeito

10. Numa próxima edição pretende regressar ao Tua Walking Festival?

Sim	
Não	
Talvez	

11. Espaço para comentários e sugestões específicas para melhorias

Muito Obrigado pela Sua Colaboração!