

Proceedings of the International Workshop Tourism and Hospitality Management

Edited by
Ana Pinto Borges, PhD and Elvira Vieira, PhD

7 May / Porto - Portugal



**Proceedings of the International Workshop Tourism and Hospitality
Management (IWTHM2021)**

7th of May 2021 | Porto, Portugal

Edited by

Ana Pinto Borges, PhD and Elvira Vieira, PhD

Copyright to the authors, 2021. All Rights Reserved.

No reproduction, copy or transmission are allowed without written permission from the individual authors.

Abstracts, Extended Abstracts and Full Papers were read and selected by Scientific Committee of the IWTHM2021. All manuscripts went through a double-blind peer review process to be presented at the Workshop.

Further copies of these proceedings can be consulted from:

<https://iwthm21.isag.pt/en/book-of-proceedings/>

ISBN: 978-989-54164-3-1

ISSN: 2184-5514

EDITOR: ISAG - EUROPEAN BUSINESS SCHOOL

The tourism industry in adaption to the covid-19 pandemic: the case of team building activities of the SME's.....	315
Foreign students' memorable tourism experiences about Porto city	327
Turismo Criativo: o Caso Prático do Concelho de Vimioso	343
Session 10 – Management II.....	359
The Impact of Covid-19 and the Portuguese tourist guides	359
Marketing Dark Tourism: Findings from Estonia, Latvia, and Lithuania	364
The Impact of Intellectual Capital on Portuguese Tourism and Hospitality industry: empirical evidence from Tourism Regions	379
Impact of Tipping on Worker's Motivation: Comparison Between Slovenia and Montenegro.....	399
Special Needs of People with Disabilities and its Reflection in Cultural Heritage Interpretation.....	420
Session 11 – Hospitality III	436
Impacto da Pandemia COVID-19 na Operação dos Estabelecimentos Hoteleiros do Norte de Portugal.....	436
Inovação Aberta e Risco Corporativo em Hotéis	441
Realidade Virtual no ensino prático na Hotelaria	446
Profile of Thermal Spas users – comparative analysis between Portugal and Hungary	449
Session 12 – Strategy III	453
Impacto da qualidade da informação não financeira no sucesso empresarial	453
O turismo desportivo e o futebol em Portugal: um contributo regional e local	454
Impact of the 2015-2018 Burnt Area on the Most Affected Portuguese Municipalities' Expenditures – Consequences for Tourism.....	467
The daily lives of Portuguese young university students in times of pandemic ...	471

Committees

Organizing Committee

- Ana Pinto Borges
- António Lopes de Almeida
- Bruno Miguel Vieira
- Catarina Nadais
- Elvira Vieira
- Kevin Hemsworth
- Rui Rosa Dias
- Vítor Ribeiro
- Ana Martins (Technical support)

Scientific Committee

- Albert-Pol Miró Pérez, University of Vic
- Alegría Beltrán, ISAG – European Business School and Research Center in Business Sciences and Tourism (CICET – FCVC)
- Ana Pinto Borges, ISAG – European Business School, Research Center in Business Sciences and Tourism (CICET – FCVC) and Center for Research in Organizations, Markets and Industrial Management (COMEGI)
- Andreia Pereira, Polytechnic Institute of Viseu
- Andreia Teixeira, Centre for Health Technology and Services Research
- António Lopes de Almeida, ISAG – European Business School, Research Center in Business Sciences and Tourism (CICET – FCVC) and Research Unit on Governance, Competitiveness and Public Policies (GOVCOPP)
- Bruno Sousa, Polytechnic Institute of Cávado and Ave
- Catarina Nadais, ISAG – European Business School and and Research Center in Business Sciences and Tourism (CICET – FCVC)
- Carla Silva, Polytechnic Institute of Viseu
- Cláudia Cardoso, Polytechnic Institute of Cávado and Ave
- Cláudia Seabra, Polytechnic Institute of Viseu
- Cristina Cunha, ISAG – European Business School, *and Research Center in Business Sciences and Tourism (CICET-FCVC)* and Lusíada University –

North

- Elvira Vieira, ISAG – European Business School, Research Center in Business Sciences and Tourism (CICET – FCVC), Polytechnic Institute of Viana do Castelo and Applied Research Unit in Management (UNIAG)
- Emese Panyik, ISAG – European Business School and Research Center in Business Sciences and Tourism (CICET – FCVC)
- George Ramos, Polytechnic Institute of Castelo Branco
- Helena Teixeira, School of Technology and Management of Lamego (IPV)
- Isabel Neira, University of Santiago de Compostela
- Joana Lima, University of Évora, Interdisciplinary Centre for History, Culture and Societies (CIDEHUS-UÉ) and Research Unit on Governance, Competitiveness and Public Policies (GOVCOPP)
- Joana Quintela, University Portucalense (UPT), Department of Tourism, Heritage and Culture, Research on Economics, Management and Information Technologies (REMIT) and Research Unit in Governance, Competitiveness and Public Policies (GOVCOPP)
- Jorge Lopes, ISAG – European Business School and Research Center in Business Sciences and Tourism (CICET – FCVC)
- Jorge Marques, Portucalense University and Center for the Study of Geography and Spatial Planning (CEGOT)
- Manuel Fonseca, Polytechnic Institute of Viana do Castelo
- Marco Valeri, Niccolò Cusano University
- Maria Antónia Rodrigues, Polytechnic Institute of Porto (ISCAP)
- Maria Lúcia Pato, Polytechnic Institute of Viseu (IPV)
- Micaela Pinho, Portucalense University, Portucalense Institute for Legal Research (IJP), University of Aveiro and Research Unit on Governance, Competitiveness and Public Policies (GOVCOPP)
- Orlando Lima Rúa, Polytechnic Institute of Porto (ISCAP)
- Ozen Kirant Yozcu, ISAG – European Business School and Research Center in Business Sciences and Tourism (CICET – FCVC)
- Paula Rodrigues, Lusíada University – North and Center for Research in Organizations, Markets and Industrial Management (COMEGI)
- Piotr Tworek, University of Economics, Katowice
- Purnima Nandy, Griffith University

- Rami Isaac , Centre for Sustainability, Tourism and Transport and NHTV Breda University of Applied Sciences
- Ricardo Correia, Polytechnic Institute of Bragança (IPB)
- Rui Rosa Dias, ISAG – European Business School and Research Center in Business Sciences and Tourism (CICET – FCVC)
- Susana Mesquita, ISAG – European Business School and Research Center in Business Sciences and Tourism (CICET – FCVC)
- Victor Tavares, ISAG – European Business School and Research Center in Business Sciences and Tourism (CICET – FCVC)
- Zélia Breda, University of Aveiro and Research Unit on Governance, Competitiveness and Public Policies (GOVCOPP)

- Pine, J. B., & Gilmore, J. H. (1999). *The experience economy: Work is theatre & every business a stage*. Boston: MA: Harvard Business School Press.
- Quinlan-Cutler, S., & Carmichael, B. (2010). The dimensions of customer experience. In M. Morgan, P. Lugosi, & Ritchie (Org) (Eds.). *The tourism in leisure experience: Consumer and managerial perspectives*. Bristol: Aspects of Tourism., 3–26.
- Ritchie, J. R., & Hudson, S. (2009). Understanding and Meeting the Challenges of Consumer/Tourist Experience Research. *International Journal of Tourism Research*, 126 (1), 111-126.
- Ritchie, J., & Crouch, I. (2003). *The Competitive Destination: A Sustainable Tourism Perspective*. Wallingford, UK: CABI.
- Selstad, L. (2007). The Social Anthropology of the Tourism Experience" Exploring the Middle Role . *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 7(1), 1-14.
- Trigo, L. (2010). *A viagem como experiência significativa*. São Paulo: Senac São Paulo.
- Tung, V. W., & Ritchie, J. A. (2011). Exploring the essence of memorable tourism experiences. *Annals of Tourism Research*, 38 (4), 1367–1386.
- Turner, V. (1986). *Dewey, Dilthey, and Drama: an essay in the anthropology of experience*. . University of Illinois Press: Urbana and Chicago.
- Walls, A. R. (2011). An epistemological view of consumer experiences. *International Journal of Hospitality Management*, 30(1), 10-21.
- Zhang, H., Wu, Y., & Buhalis, D. (2018). A model of perceived image, memorable tourism experiences and revisit intencion. *Journal of Destination Marketing & Management*, 8, 326–336.

Turismo Criativo: o Caso Prático do Concelho de Vimioso

Olívia Afonso. *Polytechnic Institute of Bragança, Portugal.*

Ricardo Fontes Correia. *Polytechnic Institute of Bragança and CiTUR Guarda, Portugal.*

Resumo

Objetivo: O turismo criativo tem sido identificado como uma alavanca à economia das regiões. Com este estudo pretendem-se identificar atividades criativas desenvolvidas no concelho de Vimioso e apresentar novas sugestões de atividades para o turista criativo.

Metodologia: Adoptou-se uma metodologia qualitativa sendo utilizada uma amostra por conveniência, selecionando-se sete eventos para análise de entre o

plano de turismo do município. Os dados foram recolhidos através de documentação física e em formato digital relativamente ao período 2017-2019.

Originalidade: Apesar de o concelho de Vimioso ter recursos turísticos notáveis, não existe nenhum estudo com vista ao seu reconhecimento e potenciação do seu valor resultando desse facto a originalidade deste estudo.

Resultados: Após a análise identificaram-se as atividades criativas presentes nos eventos e sugeriram-se novas atividades. Concluiu-se que o concelho de Vimioso mostra pré-disposição para receber o turista criativo.

Limitações: A principal limitação do artigo é a sua natureza exploratória, sendo baseado apenas numa análise também ela superficial do programa de eventos organizados pelo município e juntas de freguesia.

Keywords: Turista, Turismo Cultural, Turismo Criativo, Eventos, Vimioso.

1. Introdução

O desenvolvimento do turismo promove e dinamiza economicamente as regiões compete assim às mesmas aproveitar os seus recursos para atrair os turistas. Segundo a edição de 1800 e 1811 do *The Shorter Oxford Dictionary*, cito por Padilla, o turismo define-se como a teoria e a prática de viajar por prazer (Padilla, 1997). Esta definição do século passado está ultrapassada e a prática de viajar e de fazer turismo já não tem como objetivo apenas o prazer, lazer e bem-estar. Richards e Wilson (2007, p.22) afirmam que existem uma mudança intelectual do viajante que emerge nas cidades, alheias à procura de experiências efetivas e, deste modo, coloca a criatividade como elemento central de consumo e produção turística que caracterizam o turismo contemporâneo. O turista evoluiu e agora procura nas suas viagens uma experiência criativa que impulse a sua capacidade intelectual e dinâmica, o turista/viajante procura nas suas viagens o turismo criativo.

O turismo criativo oferece aos visitantes a oportunidade de desenvolver o seu potencial criativo por meio da participação ativa em cursos e experiências de aprendizagem, que são característicos do destino de férias para onde vão (G. Richards e Raymond, 2000). A utilização do turismo criativo oferece vantagens

às regiões que as desenvolvem, que segundo Richards (2001) são as seguintes:

- A criatividade pode potencialmente criar valor mais facilmente devido à escassez destas atividades;
- A criatividade permite que os destinos inovem em produtos de forma mais rápida, criando assim vantagens competitivas relativamente a outras regiões;
- Sendo a criatividade um processo e os seus recursos criativos é mais sustentável;

Deste modo podemos afirmar que as atividades criativas no turismo tornam os destinos populares e será vantajoso para as regiões usufruírem dessas vantagens e aumentar a atratividade dos seus eventos. É neste contexto que surge esta investigação em que o principal objetivo é a identificação de atividades criativas no concelho de Vimioso.

O artigo estrutura-se da seguinte forma: numa primeira abordagem ao tema em análise realizou-se uma revisão da literatura onde é feita a ligação do turismo cultural ao turismo criativo, sendo definido o conceito de turismo criativo, analisando-se as suas vantagens e desvantagens, identificando-se por fim o tipo de turista criativo através de estudos internacionais e nacionais. Posteriormente na secção 3 é apresentada a metodologia de investigação entendida como adequada para tutelar o estudo. A secção 4 é destinada à apresentação e análise de resultados. Tendo em conta o extenso plano de atividades do turismo proposto pelo concelho de Vimioso, achou-se pertinente selecionar de entre o mesmo alguns eventos tendo-se selecionado apenas aqueles cuja organização é da inteira responsabilidade do município e respetivas juntas de freguesia. Após a escolha dos eventos para a presente investigação recolheu-se documentação física e em formato digital para análise. Após a análise dos dados recolhidos e identificação das atividades criativas desenvolvidas foram também apresentados algumas sugestões de atividades que poderiam ser facilmente implementadas. Por fim na secção 5 apresentam-se as principais conclusões, limitações e sugestões de investigação futura.

2. Revisão da Literatura

Os conceitos de turismo e cultura estão interligados, segundo Hitchcock et al.,

(2010), esta divisão é mais difícil de estabelecer tendo em conta que a cultura pode ser consumida em diferentes tipos de turismo e que os turistas cada vez mais a consomem integrada no quotidiano dos lugares que visitam. Assim sendo o consumo da cultura integrada no quotidiano dos locais levou à criação de um novo conceito de turismo como uma extensão do turismo cultural (Richards e Wilson, 2006) este conceito é o turismo criativo.

Segundo a Creative Tourism Network (2014) o turismo criativo “é a nova geração do turismo que permite aos “visitantes” descobrir e entender a cultura local participando de atividades artísticas e criativas com os moradores (co-criação de experiências)”. A adesão a esta nova geração de turismo traz imensos benefícios para as regiões segundo Blapp e Mitas (2017) a literatura sugere que os benefícios do turismo criativo superam os riscos, afetam positivamente a coesão das comunidades, a autoconfiança e orgulho dos locais, e permitem gerar vantagens comerciais interessantes. Além deste benefício o turismo criativo apresenta outras vantagens, Sousa et al. (2019) apresentam como vantagens do turismo criativo:

- A oportunidade de diversificar a oferta turística de um destino;
- O interesse dos turistas criativos pela cultura em geral e a do seu destino em particular;
- A dissociação da sazonalidade podendo realizar-se em qualquer estação do ano, o que possibilita aos locais de destino manter a atividade turística durante o ano todo;
- A deslocalização geográfica, devido ao interesse menor dos turistas criativos pelas atrações turísticas contribuindo para uma distribuição populacional mais equilibrada do espaço geográfico do destino.

Estes autores também destacam a capacidade do turismo criativo se ligar a outros segmentos do turismo como a gastronomia, enoturismo, cultura, entre outros. Tendo em conta que a orientação para o cliente adquiriu um papel importantíssimo na gestão estratégica de territórios, é necessário compreender melhor quem é o turista criativo, de forma a que as regiões se direcionem para estes. Após uma análise de literatura concluiu-se que ainda existem poucos estudos acerca de quem é este tipo de turista. Dos seis artigos internacionais retirados para análise dois extraíram da sua amostra clusters. Raymond (2003)

extraiu no seu estudo 3 clusters e Tanet al. (2014) extraiu no seu estudo cinco cluster's (Tabela 1). Nos estudos de Campbell (2010), Ali e Hussain (2015) e Huang et al. (2019) definiram-se algumas características criativas, por último, Blapp (2015) destacou a motivação do turista em participar em atividades do quotidiano dos residentes locais.

Tabela 1. Estudos internacionais sobre o turista criativo.

Ano	Autor	País	Perfil do Turista Criativo
2003	Raymond	Nova Zelândia	Definiu-se 3 cluster's: Baby-boomer and retired, Tourists under 30 e New Zealanders de todas as idades.
2010	Campbell	Reino Unido	Maioritariamente: Feminino, 45 anos ou mais. Outro grupo: Feminino, entre 22 e 30 anos com empregos a tempo integral e filhos.
2014	Tan et al.,	Taiwan	Identificou-se 5 clusters de turistas: novelty- seekers, knowledge and skills learners, those who are aware of their travel partner growth, those who are aware of green issues, and the relax and leisure type.
2015	Blapp	Indonésia	A maioria dos visitantes acha memorável assistir a uma aula de culinária, montar vacas, participar no dia a dia da população de Bali.
2016	Ali et al.,	Malásia	A maioria dos turistas tem entre 31 e os 40 anos. Feminino e da Malásia. Este estudo realizou-se a hóspedes de 6 hotéis que participaram em atividades criativas.
2019	Huang et al.,	Taiwan	A maioria dos turistas tem entre 31 e 40 anos, Feminino. A investigação foi realizada nas 3 mais populares atividades de turismo criativo em Taiwan.

Fonte: Adaptado de Remoaldo et al. (2020).

No que diz respeito a estudos nacionais destaca-se o estudo de Remoaldo et al. (2020), um estudo que envolveu a participação de 40 instituições pertencentes ao projeto Creatour. Este projeto foi um dos maiores estudos realizados acerca do turista criativo, com uma amostra de 814 participantes e dados recolhidos entre 2017 e 2018. Concluiu-se do estudo que o principal turista criativo é do sexo feminino e com idade compreendida entre os 18 e 53 anos. Neste estudo extrairam-se três cluster's de tipos de turistas tendo em conta as suas motivações "Novelty- seekers", "Knowledge and skills Learners" e os "Leisure-Seekers".

Os resultados deste estudo foram semelhantes ao estudo de Tan et al. (2014) que identificou três dos cinco clusters, quanto às características sociodemográficas os resultados deste estudo entraram em concordância com o

estudo de Raymond (2003) que identificou que cerca de 60% dos turistas criativos tem idade compreendida entre os 18 e os 53 anos.

O estudo de Remoaldo et al. (2020) é bastante relevante a nível nacional pois permite as regiões adaptar e desenvolver atividades criativas de acordo com o perfil do turista criativo identificado no mesmo, de forma a que estas se tornem mais atrativas. Desta forma criam-se na região ambientes diferenciadores, dinâmicos, interativos e atrativos (Landry, 2013), tendo isto em conta toda a região com aspetos diferenciadores como a cultura, tradições, gastronomia, paisagens naturais podem transformar-se numa região criativa, criando valor acrescentado para a mesma.

O turismo criativo é então uma mais valia para as regiões, população local e para o turista criando valor acrescentado e torna-se uma alavanca para a economia e marketing dos territórios.

3. Metodologia de Investigação

A presente investigação surge na necessidade de investigar se o concelho de Vimioso é um destino para o turista criativo, assim optou-se por investigar quais as atividades criativas que estão a ser desenvolvidas no concelho e quais se poderiam implementar.

Para tutelar o estudo seguiu-se uma metodologia de carácter qualitativo em que se privilegia o contexto material como fonte direta dos dados e o investigador é o principal elemento de recolha de dados, centrando a sua atenção na análise exaustiva do fenómeno social e na acumulação de informação (Silvestre e Araújo, 2011) sendo especificamente uma análise exploratória documental que se vale da análise de documentos que ainda não receberam tratamento ou que ainda podem ser reelaborados de acordo com os objetivos de pesquisa (Gil, 2008).

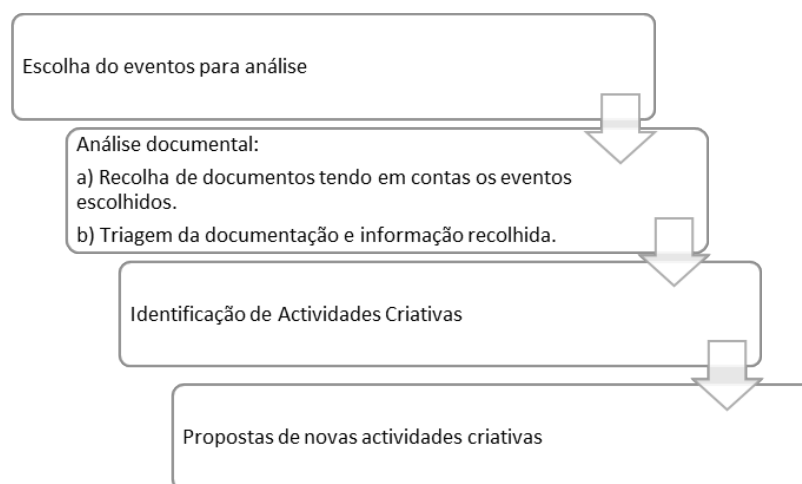
Apesar de haver investigações acerca do turismo criativo tanto qualitativas como quantitativas a escolha do método qualitativo com recurso a análise exploratória documental para esta investigação recaiu sobre o facto de haver um número reduzido bibliográfico à cerca do concelho em análise.

Utilizando as explicações de Bardin (2004) a presente investigação seguiu três etapas básicas:

- 1) Pré-análise: em que foram definidos o tema, o referencial teórico, os objetivos, a metodologia, bem como a recolha dos dados secundários;
- 2) Análise descritiva: organização e descrição dos dados recolhidos;
- 3) Interpretação inferencial: compreensão dos fenómenos a partir dos materiais teóricos e empíricos, busca de respostas às questões de pesquisa levantadas e realização das conclusões.

Os documentos recolhidos para análise foram agendas culturais, cartazes publicitários, publicações em redes sociais/sites e sites do município de Vimioso e das suas freguesias. Todos os documentos em análise são referentes aos anos 2017, 2018 e 2019, não foram recolhidos dados relativamente ao ano de 2020 tendo em conta que alguns eventos foram cancelados devido à pandemia mundial Covid-19.

Abaixo segue o modelo de procedimentos que se realizaram no presente estudo:



Fonte: Elaboração própria.

Segundo Minayo (2008) o importante da pesquisa qualitativa é a objetivação, pois durante a investigação científica é preciso reconhecer a complexidade do objeto de estudo, rever criticamente as teorias sobre o tema, estabelecer conceitos e teorias relevantes, usar técnicas de recolha de dados adequadas e, por fim, analisar todo o material de forma específica e contextualizada. Desta forma definiram-se duas questões às quais se pretende dar resposta no decorrer da investigação:

1. Quais as atividades de turismo criativo desenvolvidas no concelho de

Vimioso?

2. Que possíveis atividades poderiam ser desenvolvidas no concelho de forma a dinamizar o concelho?

Para dar respostas a estas questões foi realizada uma pesquisa dos eventos da região através das agendas culturais lançadas a cada trimestre pela Câmara Municipal de Vimioso de todos os eventos realizados no concelho, portanto, extraíram-se para análise da programação sete eventos. A escolha destes eventos para investigação foi uma escolha por conveniência, isto é, a seleção dos dados é deixada a cargo do investigador. Assim sendo, a escolha dos eventos recaiu sobre o facto da sua realização e organização serem da inteira responsabilidade do município e respetivas juntas de freguesia, pode também ocorrer algumas parcerias com privados, instituições ou associações.

A ordem dos eventos que irão ser analisados é meramente cronologia segundo as datas de realização dos eventos, sendo estes:

- a) Entrudo de Santulhão;
- b) Feira da Rosquilha de Argozelo;
- c) Feira do Pão de Caçarelhos;
- d) Mercado Medieval de Algosó;
- e) Festival de Música Tradicional e Celta de Santulhão;
- f) Feira dos Produtos da Terra em Avelanoso;
- g) Feira das Colheitas em Vilar Seco.

Para dar resposta à primeira questão em estudo foi analisada toda a informação recolhida acerca dos eventos, identificaram-se as atividades desenvolvidas no decorrer dos eventos e identificaram-se aquelas que se enquadram em atividades criativas. No que diz respeito à segunda questão, dos eventos extraídos que não são realizadas quaisquer atividades criativas propuseram-se atividades tendo em conta o tema do evento e o público alvo do mesmo. Sugeriram-se também outras atividades para eventos que já apresentam atividades de turismo criativo de forma a enriquece-los e atrair mais público.

4. Apresentação e Análise dos Resultados

4.1 Apresentação do concelho de Vimioso

Vimioso é um concelho pertencente ao distrito de Bragança com 481,47Km² e

4.081 habitantes (Pordata, 2018). O concelho está rodeado a Norte por Espanha, a leste pelo concelho de Miranda do Douro, a sul por Mogadouro, a oeste por Macedo de Cavaleiro e a noroeste por Bragança. Situado no Planalto Mirandês e pertence à Terra Fria Transmontana. Na sua região é banhado pelo rio Angueira, Maças e Sabor, dando-lhe uma caracterização única.

O concelho engloba 10 freguesias: Argozelo, Carção, Santulhão, Matela, Pinelo, Vimioso, Algosó e Campo de Víboras e Uva, Vale de Frades e Avelanoso, Caçarelhos e Angueira e Vilar Seco.

Este é um concelho com inúmeras tradições como a confeção de pão caseiro em forno a lenha, produção de azeite, transformação de lã de ovelha, pastoreio, produção de aguardente em pote tradicional, matançado porco, enchidos e fumeiro, chega de bois, agricultura de subsistência tradicional, produção de vinho recorrendo a lagares tradicionais, artesanato em cobre, artesanato em vime/e casca de silva, artesanato em linho, bordados e rendas, lendas, doçaria tradicional, confeção de pratos típicos locais, festas e romarias, cantar os reis, segada, rancho folclórico, caça, banda filarmónica, entrudo (Carnaval), gaiteiros e fado. Todas estas tradições são a chave para atrair o turista criativo.

4.2 Análise dos eventos e sugestão de atividades criativas

Para dar resposta à primeira questão em análise na presente investigação segue-se a análise de todos os eventos enumerados anteriormente. Após a análise das programações serão identificadas as propostas de turismo criativo apresentadas pelo concelho de Vimioso para cada um dos eventos ou a inexistência das mesmas.

a) Entrudo de Santulhão

Após a análise das agendas culturais dos anos do primeiro trimestre de 2017, 2018 e 2019 conclui-se que no evento em questão as atividades lúdicas desenvolvidas de 2017 para os restantes anos aumentaram. No entanto, nenhuma das atividades é de carácter criativo. As atividades desenvolvidas neste evento nos anos de 2018 e 2019 são o festival do entrudo, passeio pedestre, jantar do “Botelo com cascas”, enterro do entrudo e por fim o desfile e os festejos de carnaval. No ano de 2017 neste evento apenas se realizava o desfile e

juízo do entrudo. Podemos concluir que o evento está a tomar maiores proporções e criou-se a necessidade de criar novas atividades. As atividades desenvolvidas são de carácter cultural, tradicional e gastronómico.

Sugere-se após esta análise a inserção de uma atividade de turismo criativo para toda a família sendo a proposta sugerida a seguinte: “O entrudo és tu que o fazes...”

Os participantes desta atividade serão convidados a fazer um “entrudo” em proporções mais pequenas daquele que é utilizado no juízo, o material para a sua realização será pré-estipulado pela organização.

b) Feira da Rosquilha de Argozelo

É uma pequena feira que envolve diversas atividades em que o objetivo principal é a venda do doce tipicamente Argozelense, a Rosquilha. As atividades desenvolvidas durante os três anos em análise passam pela realização da feira, eucaristia, passeio de TT, espetáculo de trial 4x4, e atuações de diversos grupos regionais.

É também realizado todos os anos um workshop de Rosquilha. Através da análise da programação pode-se concluir que a divulgação do workshop não é realizada da melhor forma. Esta atividade em concreto é considerada uma atividade de turismo criativo pois estimula a criatividade e aprendizagem dos participantes. Esta é uma atividade com potencial para atrair além do turista gastronómico também o turista criativo. No caso deste evento sugere-se a melhor divulgação do mesmo de forma a este trazer maior aderência à atividade e ao evento principal, a Feira da Rosquilha.

Tendo em conta que este evento já possui uma atividade direcionada para o turista criativo não surgiu a necessidade de apresentar uma outra proposta.

c) Feira do Pão de Caçarelhos

Na feira do pão de Caçarelhos é homenageado o pão feito de forma artesanal, cozido num forno a lenha. Nesta feira são também destacados outros produtos da região e são programadas diversas atividades.

Esta feira nos três anos em avaliação tem sofrido alterações nas suas atividades

principalmente as criativas. Entre o ano de 2017 a 2018 a feira sofreu bastantes alterações a nível de programação, a feira era realizada apenas num único dia e apresentava uma programação muito restrita entre lutas de touros, feira e espetáculos de música/dança. Em 2018 foi feita uma reestruturação e foram implementadas novas atividades. Destacam-se aqui apenas as atividades criativas que foram inseridas no programa.

Em 2018 foi implementado o “Encontro com a História e a Literatura” esta atividade tem como objetivo juntar um grupo de amigos, interessados e litúrgicos, onde todos são convidados a participar, para discutir temas da literatura ou da região. São realizadas também outras atividades de conhecimento da região como visitas a locais de interesse em Vimioso. Neste mesmo ano foi também realizado um workshop de pão e doçaria denominado “Põe as mãos na massa”. Em 2019 foi também realizado o “Encontro com a História e Literatura” e o Workshop de pão e doçaria foi substituído pelo de Fabrico do escriptorio, cestos feitos com palha de centeio e casca de silva (Município de Vimioso, 2018).

É de realçar a influência e o dinamismo que este evento provoca no concelho e o grande esforço dos organizadores em promover a região e investir no turismo criativo.

d) Mercado Medieval de Algosó

O Mercado Medieval de Algosó apenas teve início no ano de 2018, desta forma o ano de 2017 não surge para análise. Este evento convida os participantes a visitar um mercado medieval onde comerciantes do concelho, vestidos a rigor tal como todos os participantes, apresentam os seus produtos, muitos espetáculos de dança e música, almoços/ceias de convívio, teatro de rua e jogos tradicionais. Realçamos também o espetáculo de luzes no castelo de Algosó onde é também projetado um filme de cariz religioso. Nas duas edições os eventos sofreram poucas alterações, no entanto, realçamos que este evento não envolve qualquer atividade criativa que lhe acrescente valor.

Para este evento sugere-se a criação de uma atividade criativa e confeção de vestuário medieval, onde o visitante é convidado a criar o seu próprio traje medieval sugerindo-se para a mesma o nome de “Toc’a fazer a fatiota”.

e) Festival de Música Tradicional e Celta de Santulhão

Este evento ocorre em Santulhão, aldeia do concelho de Vimioso em que o principal objetivo é assistir a concertos de música tradicional e Celta. No entanto, esse evento envolve outras atividades como cinema, teatro e jantares de convívio. Destacamos neste evento as atividades criativas que envolve o workshop do ciclo da lã e flora recreativa com plantas e ainda o Rally Paper, esta atividade propõe aos concorrentes fazer um percurso em automóvel num determinado tempo e envolvendo um questionário e um conjunto de tarefas necessárias para terminar o percurso. Neste festival propõem-se a criação de outras atividades criativas como o processo de fabrico do licor, tendo em conta que existe uma produtora artesanal local certificada em Santulhão.

“Adoça a aguardente”

Conheça todo o processo de fabrico dos licores de Santulhão .

Ainda se propõe neste evento, e tendo em conta o tema que o envolve, a criação de uma oficina de sons, nesta atividade os participantes serão desafiados a tocar a gaita de foles com os gaiteiros de Santulhão.

“Toc’ aqui na minha gaita”

Oficina de sons onde o participante é desafiado a tocar a gaita de foles na companhia dos gaiteiros de Santulhão.

f) Feira dos Produtos da Terra em Avelanoso

Esta feira não é distinta das restantes que acontecem na região, ou seja, produtores locais vendem os seus produtos, há animação musical e dança, envolve também a montaria ao javali e almoços e jantares de convívio entre participantes da feira e visitantes, tendo em conta que esta atividade se realiza em Novembro é também feito o magusto com castanhas e jeropiga. Neste evento é realizada uma saída de campo onde os participantes identificam a espécie dos cogumelos e um show cooking.

g) Feira das Colheitas em Vilar Seco

Este evento na aldeia de Vilar Seco com um mercado de produtos regionais, como pão, marmelada e compotas, folares e doçaria, mel, boa gastronomia, licores, fumeiro, bem como artesanato. Engloba também momentos

musicais e ainda uma oficina de escrinho. Durante os três anos em análise o evento ocorreu nestes moldes. Sugere-se uma outra atividade criativa de forma a aumentar a aderência a este evento. Sendo esta uma feira de colheitas da região, propõe-se um workshop de plantação e colheita de alguns legumes característicos da região como é o caso da nabiça.

“Colhemos o que plantamos”

Conheça o melhor que a terra pode oferecer.

De forma a sintetizar a informação recolhida apresenta-se seguidamente uma tabela resumo (Tabela 2).

Tabela 2. Atividades desenvolvidas e Atividades Propostas

Eventos em estudo	Atividades Criativas Desenvolvidas	Atividade Criativas Proposta
a) Entrudo de Santulhão	Neste evento não existem atividades criativas.	“O entrudo és tu que o fazes...”
b) Feira da Rosquilha de Argozelo	Workshop de Rosquilha	
c) Feira do Pão de Caçarelhos	“Encontro com a História e a Literatura” “Põe as mãos na massa” “Fabrico do escrinho”	
d) Mercado Medieval de Algoso	Neste evento não existem atividades criativas.	“Toc’a fazer a fatiota”
e) Festival de Música Tradicional e Celta de Santulhão	Workshop do ciclo da lã e flora recreativa com plantas; Rally Paper.	“Adoça a água-ardente” “Toc’ aqui na minha gaita”
f) Feira dos Produtos da Terra em Avelanoso	Saída de campo onde os participantes identificam os cogumelos; Show cooking.	
g) Feira das Colheitas em Vilar Seco	Oficina de escrinho.	Workshop de plantação e colheita “Colhemos o que plantamos”

Fonte: Elaboração própria.

5. Conclusões, Recomendações, Limitações e Linhas Futuras de Investigação

Com a presente investigação, de carácter qualitativo, pretendeu-se responder às seguintes questões: Quais as atividades de turismo criativo desenvolvidas no concelho de Vimioso? Que possíveis atividades poderiam ser desenvolvidas no concelho de forma a dinamiza-lo?

Com este estudo verificou-se que as atividades criativas implementadas no concelho vêm agregadas a outros eventos da região sendo estas atividades secundárias, e por essa razão o processo de comunicação não é o adequado dificultando a aderência por parte do público. No estudo de Remoaldo et al. (2020) em resposta à questão “Como soube da existência desta atividade?” cerca de 59% das respostas foi “através de familiares e amigos” e “redes sociais”, este estudo confirma que o processo de comunicação deverá ser uma das apostas do concelho de Vimioso de forma a aumentar a aderência às atividades criativas por parte do público-alvo. De facto, durante o processo de recolha de dados, as redes sociais foram uma das fontes de informação e revelaram ser um recurso algo limitado devido à escassez de informações e má qualidade das imagens publicadas, como foi o caso do “Mercado Medieval de Algosó” tendo sido o cartaz do programa publicado em má qualidade, o que o tornou ilegível.

Sendo o concelho em análise rico em história, cultura, tradições e boa gastronomia apresenta todo o potencial para desenvolver atividades criativas, agregando valor através das mesmas. Da análise dos eventos foram identificadas atividades criativas que fazem parte dos mesmos tais como o Workshop de Rosquilha, “Fabrico do escrinho” ou Rally Paper. Estas atividades acrescentam valor e aumentam a aderência e visibilidade aos eventos analisados.

Verificou-se que a realização deste tipo de atividades nem sempre se mantém como é o caso dos eventos “Entrudo de Santulhão” e “Mercado Medieval de Algosó” em que não são realizadas quaisquer atividades especificamente de carácter criativo.

Durante a avaliação dos eventos também foram sugeridas algumas atividades criativas para os diferentes eventos analisados na investigação, tais como: “Adoça a água-ardente”, workshop de plantação e colheita “Colhemos o que

plantamos”. As atividades apresentadas foram desenvolvidas tendo por base o conhecimento dos investigadores sobre a região.

Sugere-se que o município de forma a valorizar todo o seu potencial atribua destaque ao desenvolvimento de atividades criativas e progressivamente possa criar condições para a adesão do município de Vimioso à rede do Creative Tourism NetWork (organismo internacional responsável pelo desenvolvimento do turismo criativo em todo o mundo) tornando-se numa “Creative Friendly Destination”. A adesão a esta rede poderá ser impulsor do turismo criativo no município e aumentar a visibilidade do destino alavancando a economia da região.

Apesar da limitada amostra em estudo, sete eventos, poderá concluir-se que o município de Vimioso tem uma pré-disposição para aceitar o turista criativo e demonstra empenho para criar novas atividades para este tipo de público-alvo.

O presente estudo teve como principais limitações a falta de estudos sobre a região em análise e a falta de informação acerca dos eventos. Realça-se que a amostra para análise é limitada, dificultando a capacidade de o investigador desenvolver conclusões assertivas. Propõem-se para futuras investigações analisar através de uma investigação qualitativa todas as atividades criativas desenvolvidas pelo concelho, não apenas organizadas pelo município e juntas de freguesia, mas também por privados, instituições e associações. Também seria importante realizar uma investigação quantitativa de forma a caracterizar o perfil sociodemográfico do turista criativo da região e verificar quais as suas motivações principais.

Referências

- Ali, F., e Hussain, K. (2015). Influence of Experiences on Memories, Satisfaction and Behavioral Intentions: A Study of Creative Tourism. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 33. <https://doi.org/10.1080/10548408.2015.1038418>
- Bardin, L. (2004). *Análise de conteúdo*. Edições 70.
- Blapp, M. (2015). *Creative tourism in Bali's rural communities-Examine of the current offer and advice on future product development*. Breda University.
- Blapp, M., e Mitas, O. (2017). Creative tourism in Balinese rural communities. *Current Issues in Tourism*, 21, 1–27. <https://doi.org/10.1080/13683500.2017.1358701>
- Campbell, C. (2010). Creative tourism providing a competitive edge. *Tourism Insights*, 3(2), 55–68. <http://www.insights.org.uk/articleite...>

- Gil, A. (2008). *Métodos e Técnicas de Pesquisa Social* (6ª edição). Editora Atlas.
- Hitchcock, M., King, V., e Parnwell, M. (2010). *Heritage Tourism in Southeast Asia*. NIAS.
- Creative Tourism Net Work (2014). *Consultado em 22 de dezembro de 2020*.
<http://www.creativetourismnetwork.org>
- Huang, Y.-C., Chang, L. L., e Backman, K. F. (2019). Detecting common method bias in predicting creative tourists behavioural intention with an illustration of theory of planned behaviour. *Current Issues in Tourism*, 22(3), 307–329.
<https://doi.org/10.1080/13683500.2018.1424809>
- Landry, C. (2013). *Origens e Futuros da Cidade Criativa*. Building Ideas. Mack, N., e Family Health International. (2005). *Qualitative Research Methods: a data collector's field guide*. Family Health International, 2005.
- Minayo, M. C. de S. (2008). *O desafio do conhecimento* (8ª edição). Hucitec.
- Município de Vimioso. (2018). *Agenda Cultural*. <https://www.cm-vimioso.pt/>
- Município de Vimioso. (2019). *Agenda Cultural*. <https://www.cm-vimioso.pt/> Padilla, Ó. de la T. (1997). *El Turismo Fenómeno Social* (2ª edição). Fondo de Cultura Económica.
- Prodata. (2018). *Retrato do município Vimioso.pdf*. <https://www.prodata.pt>
- Raymond, C. (2003). Cultural Renewal+tourism: Case Study-Creative Tourism New Zealand. In *New Zealand*(pp.389–395).
http://www.creativenz.govt.nz/assets/paperclip/publication_documents/documents/97/original/case-study-creative-tourism-new-zealand.pdf?1322079829
- Remoaldo, P., Serra, J., Marujo, N., Gonçalves, A., Cabeça, S., e Duxbury, N. (2020). *Profiling the participants in creative tourism activities: Case studies from small and medium sized cities and rural areas from continental Portugal*. 4(1), 64–75.
- Richards, G., e Raymond, C. (2000). Creative tourism. *Atlas News*, 23, 16–20.
- Richards, Greg. (2001). *Cultural Attractions and European Tourism* (CABIntern).
- Richards, Greg, e Wilson, J. (2006). Developing creativity in tourist experiences: A solution to the serial reproduction of culture? *Tourism Management*, 27(6), 1209–1223. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2005.06.002>
- Richards, Greg, e Wilson, J. (2007). *Tourism, creativity and development* (1ª edição). Routledge.
- Rodríguez, P. M. G. (2003). La gestión de marketing de ciudades y áreas metropolitanas: De la orientación al producto a la orientación al marketing. *Cuadernos de Gestion*, 3(1–2), 11–25.
- Silvestre, H., e Araújo, J. (2011). *Metodologia para a investigação social*. Editora Escolar.
- Sousa, B., Vareiro, L., Coelho, D., Mota, L., e Silva, F. (2019). Criatividade no turismo e envolvimento do visitante: o estudo de caso de Loulé (Portugal). *RITUR - Revista Iberoamericana de Turismo*, 9(1), 62–77. <https://doi.org/10.2436/20.8070.01.129>
- Tan, S. K., Luh, D.-B., e Kung, S.-F. (2014). A taxonomy of creative tourists in creative tourism. *Tourism Management*, 42, 248–259.
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2013.11.008>
- Traynor, V. (2007). *Qualitative methods: an introduction to key concepts*. University of New South Wales. <https://med.unsw.edu.au/>