

Parte IV – A experiência turística rural: perspectivas dos diferentes atores

Capítulo 7. Experiência turística rural vivida e cocriada pelos visitantes

Maria João Carneiro, Elisabeth Kastenholtz & Carlos Marques

7.1. Introdução

A experiência turística vivida pelos visitantes tem vindo a ser alvo de uma crescente atenção no âmbito do turismo, entre outros motivos, pela elevada influência que exerce, direta ou indiretamente, na satisfação e fidelização dos visitantes aos destinos (por ex., Kim, 2010; Lee & Chang, 2012). No entanto, a maioria dos estudos realizados referem-se, sobretudo, à experiência com viagens turísticas ou destinos turísticos em geral (por ex., Hosany & Gilbert, 2009; Kim, 2010) ou, por outro lado, à experiência vivida em determinadas atrações (por ex., Lee, Chang, Hou, & Lin, 2008; Mehmetoglu & Engel, 2011). São poucos os estudos realizados para avaliar a experiência dos visitantes em áreas rurais e, mesmo esses estudos, focam-se, maioritariamente, na análise da experiência associada a elementos muito específicos de algumas áreas rurais, por exemplo, experiências associadas ao vinho e a locais onde é produzido o vinho (Carmichael, 2005; Lee & Chang, 2012) e a atividades muito específicas que podem ser praticadas em áreas rurais, como é o caso do montanhismo (Faullant, Matzler, & Mooradian, 2011). Estes estudos não permitem, deste modo, ter uma perspectiva abrangente da experiência dos visitantes no rural. O desenvolvimento de estudos que avaliam a experiência dos visitantes no espaço rural, nas suas diversas dimensões, assume, por isso, particular relevância.

No que concerne às dimensões da experiência turística, os estudos que têm vindo a ser realizados para avaliar a experiência dos visitantes apresentam uma elevada diversidade de abordagens. Neste contexto, alguns autores (por ex., Lee *et al.*, 2008; Mehmetoglu & Engel, 2011; Oh, Fiore, & Jeoung, 2007), consideram as abordagens sugeridas por Pine e Gilmore (1998) ou Schmitt (1999), abordagens já apresentadas no capítulo quatro, enquanto outros optam, por exemplo, por utilizar só determinadas dimensões das escalas sugeridas pelos autores anteriormente mencionados ou por criar a sua própria escala (por ex., Hosany & Gilbert, 2009; Kim, 2010).

O facto de não terem sido ainda desenvolvidos muitos estudos sobre a experiência de visitantes em áreas rurais implica uma reflexão sobre o modo como essa experiência deve ser avaliada. Considerando o carácter complexo da experiência e a diversidade de potenciais atrações das áreas rurais (ver capítulo quatro), a avaliação dessa experiência deve contemplar diversas dimensões.

Uma dimensão que pode ter muito interesse no contexto rural são os estímulos sensoriais recebidos (por ex. aromas e sons sentidos durante a visita), que estão associados ao que Schmitt (1999) designa como “experiências sensoriais” e que são também considerados em alguns estudos específicos realizados no âmbito do turismo (por ex., Lee *et al.*, 2008), mas que

são ainda ignorados em muita investigação desenvolvida neste âmbito. A investigação relativa aos estímulos sensoriais sentidos pode ser importante no domínio do rural, entre outras razões, pelo facto de o turismo em áreas rurais incluir, por excelência, um conjunto de atividades ao ar livre e o contacto com produtos locais, sendo interessante analisar os estímulos que as pessoas sentem quando passeiam ao ar livre ou contactam com os produtos anteriormente referidos. Esta dimensão pode estar ainda, no que se refere à vertente visual, muito associada à componente estética identificada por Pine e Gilmore (1998), podendo estar muito relacionada, entre outros fatores, por exemplo, com a apreciação de paisagens ou de certos aspetos específicos da paisagem.

Outra dimensão que é importante considerar na avaliação da experiência dos visitantes em meios rurais é o que se pode designar de experiência reconstituente ou regeneradora, a qual está, de certo modo, associada à dimensão de escape sugerida por Pine e Gilmore (1998). Este fator merece particular destaque na avaliação da experiência rural, devido à grande oportunidade oferecida, pela visita a áreas rurais, de estar em ambientes calmos e tranquilos, fora de ambientes de preocupação e stress mais característicos das áreas urbanas, de onde provém grande parte dos visitantes rurais. Estando os visitantes do espaço rural a frequentar áreas geográficas que são, frequentemente, áreas bastante diferentes do seu ambiente habitual, e sendo importantes motivações no âmbito do turismo a aquisição de novos conhecimentos num ambiente diferente (por ex. Crompton, 1979; McIntosh & Goeldner, 1986; Pearce, 2005), é importante aferir as dimensões de aprendizagem e descoberta na experiência do turismo rural, relacionadas com as dimensões cognitiva (Schmitt, 1999) ou educativa (Pine & Gilmore, 1998). Por sua vez, a faceta afetiva da experiência, abordada em diversos estudos sobre a experiência turística dos visitantes (Hosany & Gilbert, 2009), contribui para dar o sentido psicológico às diversas dimensões de experiência acima referidas, correspondendo, assim, à componente emocional da experiência, definida por Schmitt (1999).

É também particularmente relevante estudar os comportamentos dos visitantes em áreas rurais, podendo esta componente influenciar, inclusivamente, outras dimensões da experiência. Neste contexto, é importante analisar os comportamentos que poderão corresponder às componentes relacional e física da experiência, de acordo com a definição de Schmitt (1999). As experiências sociais traduzem-se, no destino, pela interação com os residentes e com outros visitantes (pertencentes ou não ao mesmo grupo de viagem). Por seu lado, as experiências físicas podem resultar em diversas atividades específicas do meio rural - seja a participação numa atividade agrícola ou na produção de um produto local - ou atividades desportivas e recreativas. Considerando a elevada importância da sustentabilidade do turismo nas áreas rurais (já discutida no capítulo cinco), é ainda relevante perceber se os visitantes tendem a ter comportamentos sustentáveis quando visitam estas áreas. Esta faceta comportamental não é ainda muito explorada em investigações explicitamente destinadas a avaliar a experiência dos visitantes, sendo completamente negligenciada em muitos destes estudos ou envolvendo a análise de um número relativamente limitado de comportamentos (por ex., Högström, Rosner & Gustafsson, 2010; Lee & Chang, 2012).

O presente capítulo pretende contribuir para expandir a investigação e o conhecimento no âmbito da experiência dos visitantes em áreas rurais, apresentando um estudo realizado nas três Aldeias que são alvo de análise no projeto ORTE – Linhares da Beira, Janeiro de Cima e Favaio – discutindo também as principais implicações e contribuições do estudo. Neste capítulo procura avaliar-se a experiência vivida pelos visitantes nas três Aldeias em análise, considerando as dimensões da experiência dos visitantes em áreas rurais identificadas nesta introdução.

7.2. Metodologia

O presente estudo foi realizado com base em metodologias qualitativas e quantitativas. Numa primeira fase realizaram-se entrevistas em profundidade a visitantes das três Aldeias, com o objetivo de obter informações mais detalhadas sobre os elementos mais marcantes de diversas dimensões da experiência do visitante, que não pudessem ser obtidas através da utilização de instrumentos de investigação menos flexíveis como o questionário. Dado o objetivo das entrevistas, estas eram constituídas por 24 questões abertas em que se pedia aos inquiridos para identificarem, por exemplo, elementos específicos da sua experiência (por exemplo estímulos sensoriais sentidos, como sons que associavam à visita à Aldeia) e para identificarem aspetos que tivessem sido mais marcantes nessa experiência, i.e. as impressões que marcaram mais positivamente e mais negativamente a visita à Aldeia.

Numa segunda fase, foi realizado um inquérito por questionário aos visitantes das Aldeias com o objetivo de obter dados comparáveis e resultados generalizáveis para o conjunto dos visitantes das Aldeias. O principal foco do questionário foi, portanto, avaliar a experiência dos visitantes com base nas dimensões da experiência já identificadas na introdução deste capítulo: escapismo, aprendizagem e descoberta, estímulos sensoriais, comportamentos (incluindo interação com residentes e outros visitantes, bem como a prática de diversas atividades) e emoções. Para avaliar a experiência dos visitantes, solicitou-se aos inquiridos que indicassem com que frequência diversas situações tinham ocorrido utilizando uma escala de *Likert* de 1 “nunca” a 7 “sempre”.

O questionário contemplou também questões sobre aspetos que podem influenciar a experiência do visitante: perfil sociodemográfico, motivos da visita, características da viagem, e sentimentos relativos ao destino, aqui representados pelos constructos de nostalgia e ligação ao local. A nostalgia e ligação ao destino foram medidas através de vários itens numa escala de concordância de 1 “discordo totalmente” a 7 “concordo totalmente”.

Finalmente, o questionário englobou ainda questões sobre constructos suscetíveis de serem influenciados pela experiência vivida – a satisfação e a fidelização. A satisfação com as férias foi medida com 3 itens usando a mesma escala de concordância adotada para avaliar a nostalgia e a ligação do visitante ao destino, enquanto a satisfação global com a experiência foi avaliada através de 1 item e de uma escala de 1 “péssima” a 7 “ótima”. A fidelização ao destino foi avaliada através da probabilidade de recomendar o destino a familiares e amigos usando uma escala de *Likert* de 1 “nada provável” a 7 “certamente”. Solicitou-se ainda aos visitantes que indicassem os aspetos que consideravam poder ser melhorados na Aldeia.

No sentido de obter uma amostra consideravelmente representativa do conjunto de visitantes das Aldeias, os questionários foram administrados durante um período de um ano nas três Aldeias. Os inquiridos foram selecionados através de uma amostragem por *clusters* em que se foram selecionando aleatoriamente dias do ano e locais das Aldeias relevantes para a administração dos questionários (de um conjunto de locais previamente identificados). Tanto as entrevistas como os questionários foram realizados presencialmente, nas Aldeias, tendo sido administrados pelos investigadores responsáveis pelo estudo. No total foram realizadas 84 entrevistas em profundidade e aplicados 847 questionários aos visitantes das três Aldeias (Tabela 7.1).

Tabela 7.1 – Número de entrevistas e questionários realizados aos visitantes

Número de entrevistas e questionários realizados	Linhares		Janeiro		Faviaos		Total	
	da Beira (LB)		de Cima (JC)		(F)		N	%
	N	%	N	%	N	%		
Entrevistas	40	48	13	15	31	37	84	100
Questionários	353	42	265	31	229	27	847	100

Foi ainda realizado, complementarmente, um pequeno conjunto de questionários *online*, para avaliar as principais memórias dos visitantes acerca da visita às Aldeias. Nesta abordagem exploratória, levada a cabo entre setembro e outubro de 2013, obtiveram-se 20 respostas de visitantes que haviam sido inquiridos pela equipa nas Aldeias de Janeiro de Cima e Linhares da Beira.

Nas secções seguintes, apresentam-se e discutem-se os resultados dos questionários, através de uma análise quantitativa, que será complementada com excertos das entrevistas realizadas, para ilustrar melhor alguns aspetos.

7.3. Resultados

7.3.1. Perfil socioeconómico

A maioria dos visitantes que responderam ao inquérito por questionário (79%) são portugueses e, no grupo dos respondentes estrangeiros (21%), predominam os franceses (35%), ingleses (12%), espanhóis (11%), suíços (11%) e americanos (7%). Verifica-se também que a maior parte dos visitantes vive em contexto urbano (80%) (ver Tabela 7.2). Há um considerável equilíbrio da amostra em termos de género, havendo apenas ligeiramente mais homens (52%) no conjunto de visitantes inquiridos. No que se refere à idade, a maioria dos inquiridos tem entre 21 e 40 anos (53%), embora haja um número considerável de inquiridos que possui idades entre os 41 e 60 anos (32%). A maioria dos visitantes (53%) tem, pelo menos, o bacharelato, havendo também 21% de visitantes que não completaram o 9º ano. Muitos visitantes estão empregados (72%), embora haja também um número considerável de visitantes reformados (15%). O rendimento médio mensal líquido dos agregados familiares de cerca de dois terços dos inquiridos está entre os 1000 e 2000 euros ou entre 2001 e 4000 euros (ver Tabela 7.2).

Tabela 7.2 – Perfil socioeconómico dos visitantes que responderam ao inquérito por questionário

Perfil socioeconómico	Linhares da Beira		Janeiro de Cima		Faviaos		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%
País de residência								
Portugal	276	79	226	86	163	72	665	79
Outro país	73	21	36	14	63	28	172	21
Contexto de residência								
Rural	47	19	33	16	44	28	124	20
Urbano	201	81	173	84	111	72	485	80
Género								
Masculino	183	52	121	46	129	57	433	52
Feminino	168	48	143	54	96	43	407	48
Escalões etários								
17-20	9	3	27	10	6	3	42	5
21-30	68	19	65	23	14	18	147	26
31-40	105	30	87	31	58	26	250	27
41-50	72	21	38	14	46	23	156	18
51-60	52	15	25	9	54	17	131	14
61-70	35	10	25	9	36	12	96	9
mais de 70	7	2	9	4	14	1	30	1
Habilitações literárias								
1º ciclo (Ensino Primário)	15	4	23	9	29	13	67	8
2º ou 3º Ciclo (até 9º ano)	47	14	36	14	26	12	109	13
Ensino Secundário (12º ano)	62	18	53	20	34	15	149	18
Ensino Profissional	28	8	14	5	29	13	71	9
Bacharelato/ Licenciatura	136	40	112	42	89	40	337	41
Mestrado/ Doutoramento	54	16	26	10	18	8	98	12
Condição perante o trabalho								
Exerce uma profissão	255	74	186	70	159	71	600	72
Doméstico	7	2	5	2	5	2	17	2
Desempregado	12	3	13	5	8	4	33	4
Incapacitado permanente para trabalho	1	0	0	0	3	1	4	0
Estudante	21	6	20	8	5	2	46	6
Reformado	45	13	37	14	40	18	122	15
Outra situação	5	1	3	1	3	1	11	1
Rendimento mensal líquido do agregado familiar (em euros)								
Até 500	9	3	15	6	9	5	33	4
De 501 a 1000	46	15	55	23	34	18	135	18
De 1001 a 2000	105	33	97	41	46	25	248	34
De 2001 a 4000	114	36	57	24	58	31	229	31
De 4001 a 6000	28	9	9	4	27	14	64	9
Maior ou igual a 6001	12	4	3	1	13	7	28	4

Nota: Nos itens em que se registou uma diferença de, pelo menos 5 entre as frequências relativas de duas Aldeias, está(ão) assinalada(s) a mais escuro, a(s) Aldeia(s) em que existe uma maior percentagem de visitantes com a característica em análise.

Há algumas diferenças entre os visitantes das três Aldeias ao nível do perfil socioeconómico. Verifica-se, por exemplo, uma tendência, para, em Linhares, haver uma maior proporção de portugueses e de visitantes com habilitações literárias mais elevadas, do que nas outras Aldeias. Janeiro de Cima destaca-se por ser a Aldeia em que há uma maior proporção de visitantes que reside em contexto urbano, de estudantes, de pessoas mais jovens e com menores rendimentos. Faviaos, por sua vez, é a Aldeia onde, em relação às outras Aldeias, se

encontra uma maior proporção de visitantes estrangeiros (embora os visitantes domésticos sempre predominem), de visitantes que vivem num contexto rural (embora a origem urbana ainda domine claramente a amostra), de reformados, de pessoas mais idosas e com rendimentos mais elevados.

7.3.2. Motivos de visita

Foi perguntado aos inquiridos, no questionário através de uma questão aberta, quais tinham sido os principais motivos para visitar a Aldeia. Considerando os cinco principais motivos para visitar cada Aldeia em estudo (motivos indicados por um maior número de inquiridos) (Figura 7.1), os resultados do inquérito sugerem que as Aldeias são visitadas por motivos algo distintos, o que pode significar que os visitantes procuram uma experiência diferente em cada uma das Aldeias, conclusão expectável se considerarmos que as três Aldeias possuem características muito diferentes e, conseqüentemente, oferecem um produto turístico também diferente (ver capítulo três).

Assim, o contacto com o património cultural construído, nomeadamente com o castelo, assume particular relevância em Linhares, enquanto as festividades e a gastronomia revelam ser motivos importantes para visitar, respetivamente, Janeiro de Cima e Favaios, Aldeias onde a possibilidade do contacto com o património natural (por ex. paisagem, rio) é também valorizada. No caso de Linhares e Janeiro de Cima, um dos principais motivos para visitar a Aldeia foi o facto de os inquiridos terem já alguma ligação à Aldeia, o que não se verificou em Favaios, embora em todas as Aldeias o motivo da visita a familiares e amigos (VFA) tenha sido destacado como relevante. Outro motivo importante para visitar estas áreas rurais foi o facto de estarem associadas a uma marca ou rede de Aldeias conhecidas (por ex. rede das Aldeias Históricas, Aldeias de Xisto e Douro Património Mundial) (Figura 7.1). Deste modo, parece que a pertença da Aldeia a uma rede de comunidades rurais, tematicamente associada a especificidades do património mais valioso, com visibilidade no mercado turístico, é particularmente importante (aspecto discutido mais aprofundadamente no capítulo seis).

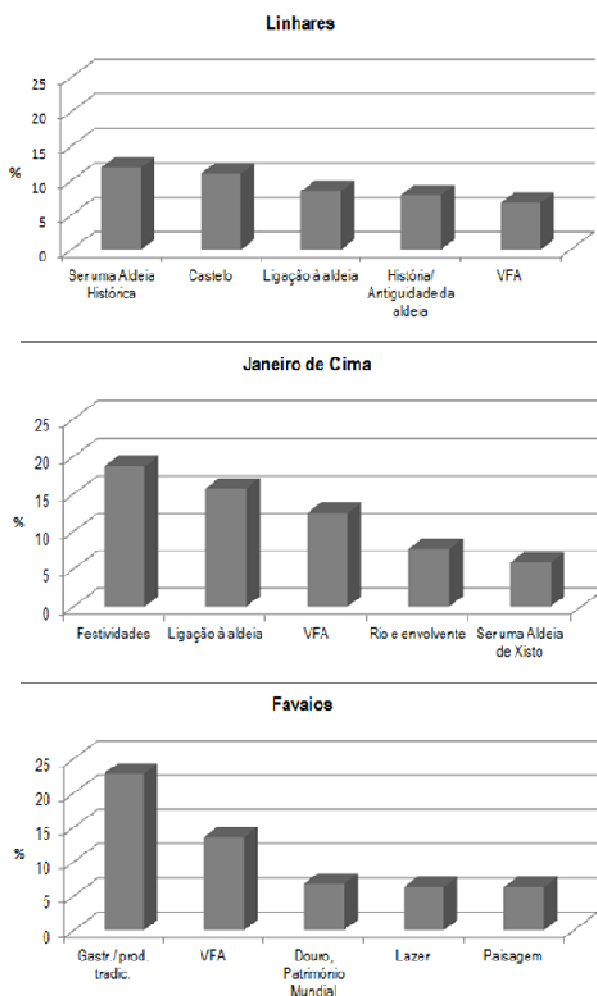


Figura 7.1 – Principais motivos para visitar as Aldeias

Os resultados sugerem que o desenvolvimento de um maior envolvimento dos visitantes com a Aldeia seria muito importante, dada a elevada importância assumida pela ligação à Aldeia na motivação da visita. É também confirmada a enorme relevância da base de atrações naturais e culturais enquanto fator motivador da visita, bem como da sua conservação e promoção via redes e marcas, sendo o valor e a multiplicidade do património existente em áreas rurais claramente uma mais-valia para estes territórios que proporcionem uma capacidade de atração que as possa ainda diferenciar.

7.3.3. Comportamentos

Segundo os resultados dos questionários, durante a preparação da viagem, os visitantes obtiveram informação sobretudo através da recomendação de familiares ou amigos (utilizada por 34% dos visitantes), da Internet (33%), da experiência anterior (29%) e de catálogos de

empresas/instituições ou brochuras (10%), o que faz sobressair a importância do “passa palavra” na promoção destas Aldeias enquanto destinos turísticos.

Apesar de uma parte considerável de inquiridos serem excursionistas (37%), a maior parte dos inquiridos eram turistas (53%) que ficavam, em média, 4 dias nas Aldeias (Tabela 7.3). Cerca de 10% dos inquiridos eram turistas residenciais com estadas consideravelmente mais prolongadas (em média, cerca 24 dias).

A maior parte dos visitantes (turistas, excursionistas e turistas residenciais) considera a Aldeia que está a visitar como o destino principal da sua viagem (46%) ou como um destino importante, apesar de não ser o principal (34%), o que realça a importância das Aldeias em estudo. A maior parte dos visitantes está a visitar a Aldeia pela primeira vez (64%), o que revela a necessidade de realizar esforços para fidelizar os visitantes às Aldeias. Os visitantes visitam a Aldeia geralmente acompanhados pelo cônjuge (43%) e/ou pelos seus amigos (22%), ficando, quase metade desses visitantes (47%), alojada em hotéis e similares (Tabela 7.3).

No entanto, denotam-se algumas diferenças entre as três Aldeias. Linhares é a Aldeia em que há maior proporção de visitantes que já tinham visitado a Aldeia anteriormente e de visitantes que viajavam com familiares, mas também de pessoas para quem a Aldeia não é o destino principal da viagem e onde os visitantes tendem a permanecer menos tempo. Janeiro de Cima, por sua vez, é a Aldeia onde há maior percentagem de turistas e turistas residenciais, de visitantes que visitam o destino com amigos, que ficam em casa de amigos e familiares e de pessoas para quem a Aldeia é o destino principal da viagem. Favaios destaca-se por ser a Aldeia em que há maior proporção de excursionistas, de pessoas que estão a viajar em viagens organizadas e que apresentam mais despesas por grupo na Aldeia em alojamento, em produtos locais/ lembranças e em alimentação, o que se deve associar ao mercado de enoturismo atraído por esta Aldeia Vinhateira, visitantes vindos de todo o mundo, com elevado poder de compra e procura de experiências, serviços e produtos únicos, pelos quais estão dispostos a pagar um preço elevado. Embora a estada média dos turistas e dos turistas residenciais seja maior em Favaios, não se deve esquecer que é em Favaios que existe um menor número de turistas¹ (Tabela 7.3).

¹ Contudo, este facto deve-se sobretudo à ausência de alojamento oficial na Aldeia, embora se tenha considerado, para efeitos deste estudo, como turistas em Favaios, aqueles que estavam alojados num raio até 20 km da Aldeia.

Tabela 7.3 – Comportamento de viagem

Comportamento de viagem	Linhares da Beira		Janeiro de Cima		Favaios		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%
	Tipo de visitante							
Turista	188	53	183	69	79	34	450	53
Excursionista	147	42	35	13	130	57	312	37
Turista residencial	18	5	47	18	20	9	85	10
Relevância da Aldeia no contexto da viagem								
A Aldeia é o destino principal	121	35	172	65	94	42	387	46
A Aldeia é um destino importante, mas não o principal	133	38	69	26	84	37	286	34
A Aldeia é apenas um destino de passagem	96	27	23	9	46	21	165	20
Primeira visita ou visita repetida								
1ª visita	161	56	115	71	123	71	399	64
Visita repetida	126	44	48	29	50	29	224	36
Constituição do grupo de viagem								
Sozinho	9	3	24	9	32	14	65	8
Casal	258	74	139	53	105	46	502	43
Filhos com menos de 10 anos	77	22	36	14	18	8	131	16
Filhos com 10 ou mais anos	68	20	33	13	17	8	118	14
Outros familiares	81	23	49	19	21	9	151	18
Amigos	68	20	76	29	37	16	181	22
Viagem organizada	6	2	13	5	68	30	87	10
Outros	0	0	1	0	2	1	3	0
Alojamento^a								
Hotel ou similar	153	54	76	39	60	45	289	47
2ª Residência (casa própria)	29	10	9	5	7	5	45	7
Casa de amigos/ familiares	76	27	55	28	27	20	158	26
Campismo/ autocaravana	18	6	54	28	16	12	88	14
Outro	6	2	2	1	22	17	30	5
Duração da visita^b								
Turistas	183	3,25	178	4,75	72	5,72	433	4,28
Turistas residenciais	18	17,28	46	20,54	16	41,28	80	23,96
Despesas diárias realizadas na Aldeia, pelo grupo de viagem, em euros^c								
Alojamento	248	43,32	185	26,86	54	215,91	487	56,20
Produtos locais / lembranças	247	22,01	188	19,43	79	53,23	514	25,87
Alimentação	279	40,82	211	39,82	84	65,88	574	44,12

Nota: ^a Só para os turistas (não para os turistas residenciais). ^b N° de dias.

^c Montante gasto por dia, em média, pelo grupo que partilha as despesas.

Encontram-se assinaladas a mais escuro as maiores médias ou frequências.

Com o intuito de melhor compreender a vertente comportamental da experiência, solicitou-se aos visitantes, que, nos inquéritos por questionário indicassem, numa escala de *Likert* de 1 “nunca” a 7 “sempre”, com que frequência tinham tido diversos comportamentos e tinham realizado determinadas ações. Entre todos os comportamentos considerados no estudo, os que os visitantes mencionaram ter tido com maior frequência foram comportamentos sustentáveis

(todos com uma média superior a 5,45 na escala anteriormente mencionada), tais como escolher serviços turísticos que se preocupem com a cultura local e preservem o meio ambiente, bem como poupar água e energia (Tabela 7.4). Embora se devam considerar estes dados com algum cuidado, pelo possível enviesamento face ao “politicamente correto”, estes resultados podem significar a existência de uma particular sensibilidade e interesse por formas de turismo sustentável.

Tabela 7.4 - Comportamentos no destino

	Linhares		Janeiro		Favaios		Total	
	da Beira		de Cima					
	N	Média	N	Média	N	Média	N	Média
Tenho procurado preservar o ambiente natural deste local	332	6,39	261	6,56	211	6,02	804	6,35
Tenho sentido preocupação em preservar a cultura deste local	337	6,30	263	6,58	213	5,98	813	6,31
Tenho escolhido serviços turísticos que se preocupem com a cultura local	336	6,20	262	6,45	210	5,98	808	6,22
Tenho apreciado a beleza da natureza e das paisagens	328	6,16	258	6,29	212	6,20	798	6,21
Tenho procurado escolher serviços turísticos que preservem o meio ambiente	331	6,20	259	6,31	212	5,83	802	6,13
Tenho-me esforçado por poupar água e energia	335	5,65	258	5,72	214	5,29	807	5,58
Tenho-me esforçado por fazer a reciclagem do lixo (ex. papel, vidro, plástico)	333	5,63	259	5,70	214	5,29	806	5,56
Tenho-me esforçado por comprar produtos que sejam “amigos do ambiente”	335	5,54	259	5,67	213	5,19	807	5,49
Tenho tirado fotografias das atrações relevantes	343	5,61	260	5,18	211	5,66	814	5,49
Tenho provado a gastronomia local	345	5,24	263	4,76	220	5,89	828	5,26
Tenho passeado ao ar livre, passando horas na natureza.	330	5,41	256	5,47	209	4,31	795	5,14
Tenho procurado paisagens rurais típicas, com agricultura tradicional	341	5,24	261	4,74	208	5,25	810	5,08
Tenho observado coisas/ situações engraçadas	327	4,61	255	5,16	204	4,47	786	4,75
Tenho visitado igrejas, castelos ou centros históricos	345	5,61	255	3,89	216	4,39	816	4,75
Tenho adquirido produtos locais, por serem autênticos, típicos da região	332	4,73	260	4,52	213	5,06	805	4,75
Tenho apreciado exposições de artesanato e de produtos locais	327	4,53	259	4,56	205	4,16	791	4,44
Tenho obtido informação sobre o local através dos residentes	343	4,24	260	4,31	213	4,79	816	4,41
Tenho interagido com residentes ao comprar produtos turísticos	334	3,88	258	4,14	202	4,21	794	4,05
Tenho participado em atividades culturais	325	3,31	251	3,84	204	3,57	780	3,55
Tenho trocado informação sobre o local com outros turistas	326	2,99	255	3,65	205	3,64	786	3,38
Tenho realizado percursos pedestres/ trilhos	333	3,77	257	3,37	202	2,67	792	3,36
Tenho partilhado refeições com os residentes	337	2,77	257	3,34	203	3,87	797	3,23
Tenho participado em festas de família dos residentes	336	2,80	258	3,31	204	3,81	798	3,22
Tenho partilhado refeições com outros turistas	332	2,30	261	3,36	212	3,66	805	3,00
Tenho participado em atividades desafiantes (ex. caminhadas longas, BTT)	334	2,94	256	3,03	205	2,96	795	2,97
Tenho ido a casa dos residentes quando eles me convidam	332	2,53	254	3,19	201	3,41	787	2,97
Tenho participado em atividades recreativas com outros turistas	327	2,27	252	3,34	201	3,22	780	2,86
Tenho praticado desportos/ atividades recreativas com os residentes	329	2,18	257	2,65	203	2,83	789	2,50
Tenho participado em atividades rurais (ex. agrícolas, produção alimentar)	328	2,21	257	2,26	208	3,19	793	2,48

Nota: Frequência com que ocorrem situações durante a experiência, avaliada com escala tipo Likert de 1 "Nunca" a 7 "Sempre".

Nos itens em que se registou uma diferença de, pelo menos 0,5 entre as médias de duas Aldeias, está assinalada a mais escuro a Aldeia em que a atividade foi realizada com maior frequência.

A componente estética e o contacto com a natureza parecem ter assumido um papel primordial na experiência dos visitantes com reflexo nos respetivos comportamentos, uma vez que apreciar a beleza da natureza e a paisagem, tirar fotografias e passear ao ar livre na natureza foram dos comportamentos realizados com maior frequência (com frequências entre 5,14 e 6,21 respetivamente). Os visitantes realizaram também com uma considerável frequência (entre 4,75 e 5,26 em média) determinadas atividades que lhes permitiram conhecer melhor a história, cultura e tradições locais. Essas atividades consistiram, designadamente, em provar gastronomia local, em visitar igrejas, capelas ou centros históricos e em adquirir produtos locais. No entanto, alguns comportamentos que podiam fomentar o conhecimento e o contacto com atrações e modos de vida rurais, sobretudo os que requerem um papel mais ativo e um maior envolvimento por parte dos visitantes, parecem estar a ser grandemente negligenciados pelos visitantes. É o caso da apreciação de exposições de artesanato e produtos locais (com uma frequência de 4,44), participação em atividades culturais (3,55), realização de percursos pedestres (3,36) e da participação em atividades rurais (2,48), sendo esta última a realizada com menos frequência pelos inquiridos, o que poderá também dever-se a uma falta de oportunidades proporcionadas.

A interação com outras pessoas para além das pessoas do grupo de viagem – residentes locais e outros visitantes –, foi também bastante reduzida e mais circunscrita à troca de informações, tal como um dos visitantes referiu na entrevista quando lhe perguntaram se tinha tido contacto com a população local: “*Não. Com os locais, só a pedir informações de localidades e mais nada.*” (F-T8). A partilha de refeições e a prática de atividades conjuntas (por ex. atividades recreativas) acontecem com pouca frequência (entre 2,5 e 3,23) e apenas quando se trata de turistas residenciais ou visitantes por motivos de VFA. As entrevistas corroboram o facto de existir pouco contacto com pessoas exteriores ao grupo de viagem, apesar dos visitantes considerarem os residentes locais bastante simpáticos e apontarem a sua hospitalidade como um dos aspetos que marcou mais positivamente a sua visita, pois alguns inquiridos mencionaram: “*Falei com pessoas da Aldeia na Casa das Tecedeiras, minimercado, café e restaurante. Foram todos muito simpáticos e deram informações muito úteis sobre locais que deveríamos visitar*” (JC-T4), “*eles [residentes] são tão simpáticos, que é inacreditável. Eles partilham tudo o que têm e nós somos muito bem recebidos*” (LB-T26) e “*achei as pessoas espetaculares, muito afáveis e acolhedoras*” (F-T1). As entrevistas realçam o facto de o contacto com outros visitantes ser ainda muito menos frequente do que com os residentes. No entanto, quando este contacto ocorre, tende a ser bastante valorizado. Verifica-se, finalmente, que embora as áreas rurais apresentem geralmente boas condições para a realização de atividades desportivas e recreativas, a prática destas atividades é muito pouco frequente (geralmente, inferior a 3).

Analisando os dados dos questionários observam-se, no entanto, algumas diferenças entre as três Aldeias, no que se refere ao comportamento dos visitantes. Em Linhares a visita a património cultural construído e a realização de trilhos pedestres é mais frequente. A interação com residentes e outros visitantes é um pouco mais intensa em Janeiro de Cima e Favaio, o que se poderá dever-se também ao facto de nestas Aldeias haver uma maior proporção de turistas ou a estada média dos turistas ser mais elevada do que em Linhares. No entanto,

verificam-se também algumas diferenças entre estas Aldeias. Em Janeiro de Cima registam-se, por exemplo, com mais frequência, determinados comportamentos sustentáveis e participa-se com mais frequência em atividades culturais. Mas é em Favaios que os visitantes provam mais a gastronomia local e adquirem mais produtos locais. Na secção seguinte vão analisar-se e discutir-se as restantes dimensões da experiência.

7.3.4. Perceções da experiência e do destino

Com o objetivo de compreender melhor a experiência dos visitantes nas Aldeias procurou analisar-se as perceções que os visitantes tinham sobre essa experiência. Neste sentido, pediu-se aos visitantes para, utilizando uma escala de *Likert* de 1 “nunca” a 7 “sempre”, indicarem no questionário, a frequência com que tinham ocorrido várias perceções e sentimentos durante a visita à Aldeia onde foram inquiridos. As perceções são apresentadas na Tabela 7.5 de acordo com as dimensões relativas às facetas cognitiva e afetiva e a uma perceção global que radica no carácter memorável da experiência.

As médias mais elevadas das perceções afetiva e cognitiva verificam-se nas dimensões relacionadas com o relaxamento (5,96) e a recuperação, num ambiente rural e natural, da vida mais agitada em meio urbano (5,89). De facto, as três Aldeias emergem, segundo o presente estudo, como ambientes privilegiados para apreciar a paisagem e a arquitetura rural, num contacto privilegiado com a natureza, num ambiente calmo e tranquilo, longe das preocupações do quotidiano. As entrevistas permitem verificar que, no que concerne ao domínio estético, os visitantes apreciaram bastante a beleza da paisagem, tendo identificado esse aspeto como um dos mais marcantes da sua experiência, como é possível perceber pelo comentário de alguns visitantes que referem: “*tive experiências muito boas, uma beleza estar sentada no hotel, no restaurante onde acabamos por ir e ter o rio Douro à frente, com estas vinhas maravilhosas, isso foi muito bom*” (F-T8) e “*uma coisa amorosa que aqui há é (pausa) as hortinhas, toda a pequena agricultura (pausa) as hortinhas todas, que está tudo arranjadinho*” (JC-T1). Um aspeto também particularmente valorizado neste âmbito é a recuperação das Aldeias, tendo um visitante referido que “*a forma como foi recuperada a Aldeia foi o que me marcou mais positivamente*” (LB-T4).

A calma e tranquilidade emergem também nas entrevistas realizadas como aspetos muito apreciados, tendo os visitantes avaliado “*positivamente, a natureza, a paisagem, a arquitetura, a paz, o silêncio que se sente, a calma...*” (LB-T17). Algumas declarações dos entrevistados revelam também a importância da experiência sensorial, em que várias sensações se sobrepõem e complementam: “*vejo árvores, vejo (pausa) relvado, vejo pássaros, consigo ouvi-los cantar, vejo o rio a correr, crianças a andar na rua livremente*” (JC-T8). Os aromas que mais marcam a experiência dos visitantes são os aromas das flores, vegetação em termos genéricos, terra, ar puro e, no caso de Favaios, das uvas e do vinho. Por outro lado, os sons que os visitantes mais recordam são os dos pássaros, rios, vento e, em determinadas situações, o sino da Aldeia. É de realçar o facto de os visitantes até referirem como som mais marcante o silêncio e ausência dos ruídos típicos dos ambientes urbanos, o que corrobora a relevância da calma e tranquilidade na experiência vivida em meio rural.

Tabela 7.5 – Percepções da experiência

Percepção da Experiência	Linhares da Beira		Janeiro de Cima		Favaios		Total	
	N	Média	N	Média	N	Média	N	Média
Percepção cognitiva da experiência								
<i>Experiência reconstituente</i>	319	5,82	243	6,08	191	5,76	753	5,89
Tenho-me sentido em equilíbrio com a natureza	319	5,86	243	6,09	191	5,61	753	5,87
Tenho sentido o contraste com a vida na cidade	319	5,97	243	6,40	191	5,81	753	6,07
Tenho sentido um alívio do stress do meu dia-a-dia	319	5,95	243	5,95	191	5,83	753	5,92
Tenho sentido harmonia	319	5,49	243	5,88	191	5,81	753	5,70
<i>Experiência divertida</i>	324	5,39	258	5,76	207	5,80	789	5,62
Tem havido momentos de diversão	324	5,12	258	5,64	207	5,63	789	5,42
Esta viagem/ estada tem sido divertida	324	5,66	258	5,87	207	5,96	789	5,81
<i>Experiência de descoberta</i>	328	5,25	259	4,99	212	5,45	799	5,21
Esta experiência tem estimulado a minha curiosidade	328	5,57	259	5,15	212	5,70	799	5,47
Tenho adquirido novos conhecimentos	328	4,92	259	4,82	212	5,19	799	4,96
<i>Experiência de aprendizagem</i>	313	3,99	252	4,32	197	4,66	762	4,27
Tenho aprendido sobre a cultura dos residentes	313	3,93	252	4,33	197	4,79	762	4,28
Tenho aprendido algo sobre a agricultura e o modo de vida rural	313	3,52	252	3,71	197	4,55	762	3,85
Tenho aprendido algo sobre a natureza	313	4,52	252	4,92	197	4,63	762	4,68
Percepção afetiva da experiência								
<i>Experiência relaxante</i>	319	5,97	254	6,09	198	5,77	771	5,96
Com que frequência se tem sentido sereno	319	5,89	254	6,02	198	5,71	771	5,89
Com que frequência se tem sentido tranquilo	319	5,98	254	6,14	198	5,68	771	5,96
Com que frequência se tem sentido sossegado	319	6,05	254	6,12	198	5,91	771	6,04
<i>Experiência estimulante</i>	314	5,35	248	5,26	194	5,52	756	5,36
Com que frequência se tem sentido estimulado	314	5,61	248	5,41	194	5,71	756	5,57
Com que frequência se tem sentido surpreendido	314	5,04	248	5,00	194	5,44	756	5,13
Com que frequência se tem sentido entusiasmado	314	5,39	248	5,36	194	5,42	756	5,39
<i>Experiência encantadora</i>	307	5,30	249	5,26	191	5,44	747	5,32
Com que frequência se tem sentido encantado	307	5,45	249	5,39	191	5,59	747	5,47
Com que frequência se tem sentido deslumbrado	307	5,13	249	5,15	191	5,09	747	5,13
Com que frequência se tem sentido maravilhado	307	5,23	249	5,19	191	5,42	747	5,27
Com que frequência se tem sentido deliciado	307	5,40	249	5,30	191	5,64	747	5,43
<i>Experiência entediante</i>	310	1,82	255	1,77	195	2,14	760	1,88
Com que frequência se tem sentido enfadado	310	1,83	255	1,74	195	2,17	760	1,89
Com que frequência se tem sentido aborrecido	310	1,78	255	1,81	195	1,93	760	1,83
Com que frequência se tem sentido entediado	310	1,86	255	1,75	195	2,31	760	1,94
Percepção global da experiência								
<i>Experiência memorável</i>	328	5,26	251	5,47	209	6,01	788	5,52
Esta experiência tem sido especial	328	5,29	251	5,42	209	6,02	788	5,53
Esta experiência será memorável	328	5,22	251	5,51	209	6,00	788	5,52

Nota: Itens de percepção cognitiva e afetiva a medidos numa escala de frequência de 1 "Nunca" a 7 "Sempre".

Itens de percepção global medidos numa escala de concordância de 1 "Discordo totalmente" a 7 "Concordo totalmente".

Em *italico* estão os valores totais de cada dimensão.

Nos itens em que se registou uma diferença superior a 0,5 entre as médias de duas Aldeias, o maior valor está assinalado a **mais escuro**

Os resultados dos questionários sugerem que, num patamar inferior à recuperação e relaxamento, surgem as percepções relacionadas com o divertimento (5,62), e, ainda mais abaixo, a estimulação (5,36), encanto (5,32) e descoberta (5,21). Finalmente, a experiência de aprendizagem é relativamente menos frequente (4,27), tendo sido particularmente escassa quando relacionada com a agricultura e o modo de vida rural (3,85). Felizmente os visitantes

sentem com muito pouca frequência emoções negativas (1,88). Aspeto particularmente positivo é o facto de os visitantes exibirem um elevado nível de concordância (5,52 numa escala de 1 “discordo totalmente” a 7 “concordo totalmente”) com a classificação da experiência como memorável e estarem muito satisfeitos com a experiência na Aldeia (6,10 numa escala de 1 “péssima” a 7 “ótima”) (Tabela 7.6).

Tabela 7.6 – Perceções do destino, satisfação e fidelização

Perceções relativamente ao destino, satisfação e fidelização	Linhares da Beira		Janeiro de Cima		Favaios		Total	
	N	Média	N	Média	N	Média	N	Média
Perceções relativamente ao destino^a								
Nostalgia								
Este destino rural faz-me lembrar as minhas raízes	337	4,56	257	4,89	213	5,07	807	4,80
Este destino rural faz-me sentir nostalgia	335	4,37	252	4,65	208	4,60	795	4,52
Este destino rural evoca memórias especiais de outros tempos	339	4,92	253	5,00	211	5,15	803	5,01
Ligação ao local								
Prefiro estar neste destino rural do que nouro qualquer	334	4,57	257	4,90	211	5,09	802	4,81
Sinto-me muito ligado a este destino rural e às pessoas que cá estão	338	4,37	253	5,06	207	5,10	798	4,78
Identifico-me fortemente com este destino rural	335	5,37	253	5,57	218	5,41	806	5,44
Este destino rural é muito especial para mim	336	5,01	250	5,45	208	5,42	794	5,26
Satisfação								
Satisfação com as férias^a								
Esta viagem de férias é exatamente o que eu estava a precisar	332	5,55	255	5,80	214	5,54	801	5,63
Estas são as melhores férias que este ano poderia ter feito	332	4,20	250	4,48	202	4,47	784	4,36
Estou satisfeito com a minha decisão de passar aqui estas férias	330	5,72	246	6,02	200	5,65	776	5,79
Satisfação com a experiência global na Aldeia^b								
Em termos globais, como classifica a sua experiência turística de visita a esta Aldeia?	350	5,92	262	6,16	223	6,33	835	6,10
Fidelização ao destino^c								
Probabilidade de voltar a visitar esta Aldeia	334	5,83	232	6,01	207	5,83	773	5,89
Probabilidade de recomendar esta Aldeia ao seu grupo de familiares e amigos	350	6,46	263	6,45	223	6,40	836	6,44

Nota: ^a Avaliadas com escala tipo Likert de 1 "Discordo totalmente" a 7 "Concordo totalmente".

^b Avaliadas com escala tipo Likert de 1 "Péssima" a 7 "Ótima".

^c Avaliadas com escala tipo Likert de 1 "Nada provável" a 7 "Certamente".

Registam-se algumas diferenças entre os visitantes das três Aldeias, no que concerne a perceções relativamente à experiência vivida. Os visitantes de Favaios consideram a experiência mais memorável, destacando-se ainda, comparativamente aos visitantes das restantes Aldeias, na perceção do carácter de aprendizagem e descoberta da experiência de visita. Embora com diferenças menos significativas, o afeto sentido com a experiência de Favaios, excetuando as emoções relaxantes, também é mais intenso do que nas outras Aldeias. Por seu lado, a experiência obtida em Janeiro de Cima diferencia-se pelas emoções e perceções de relaxamento e recuperação, com destaque para a perceção de “contraste com a vida na cidade”. No entanto, apesar destas diferenças, os níveis de satisfação com a experiência global na Aldeia, com as férias em geral e a fidelização à Aldeia, são consideravelmente semelhantes (Tabela 7.6).

No que respeita à perceção do destino, os visitantes manifestam sentir uma considerável nostalgia em relação ao destino e uma considerável ligação a esse mesmo destino (entre 4,5 e

5,5 numa escala de 1 “discordo totalmente” a 7 “concordo totalmente”), sendo de registar que os respetivos valores tendem a ser menores em Linhares da Beira.

No sentido de identificar os aspetos que os visitantes mais recordam da visita às Aldeias em questão analisaram-se os questionários *online* feitos aos visitantes após a visita. Os aspetos que as pessoas mais recordam depois das viagens são a tranquilidade e sossego e a paisagem, sendo as suas memórias marcadas pela cor verde da paisagem, pelo cheiro da diversa vegetação existente nestas áreas rurais e pelos sons dos pássaros e dos rios, aspetos que tinham já sido identificados como marcantes durante a visita e que perduram na memória dos visitantes. Os visitantes recordam ainda a simpatia e o acolhimento dos visitantes locais, o que demonstra a importância da comunidade local na experiência dos visitantes em espaços rurais. As memórias da experiência incluem ainda o sabor de alguns produtos locais como os queijos e enchidos, o que revela o importante contributo que alguns destes produtos podem ter ao nível do turismo, enquanto recursos endógenos dos territórios rurais.

7.3.5. Aspetos a melhorar nas Aldeias

Solicitou-se também aos inquiridos, nos questionários, que indicassem os aspetos que poderiam ser melhorados nas Aldeias. Os resultados dos questionários revelaram que os aspetos que um maior número de inquiridos (mais de 7% dos inquiridos no total das três Aldeias) considera que é importante melhorar estão relacionados, sobretudo, com serviços e infraestruturas de apoio ao turismo, designadamente, serviços de restauração, de informação e promoção turística, acessibilidades (incluindo a sinalização) e alojamento turístico (Tabela 7.7). Uma componente que é particularmente importante os responsáveis das três Aldeias melhorarem é, efetivamente, o fornecimento de informação aos visitantes, incluindo a promoção e divulgação das Aldeias. Alguns inquiridos, durante a entrevista semiestruturada, referiram, por exemplo, que *“existem percursos, muitos percursos, mas tivemos muita dificuldade no local de encontrar informação”* (JC-T6) e *“andámos o dia todo a andar, só que não há folhetos, portanto uma pessoa não sabia, estávamos a meio do percurso e não sabíamos se era muito grande, muito pequeno (pausa) portanto, falta informação”* (JC-T5).

O único aspeto relacionado com atrações mencionado por mais de 7% dos inquiridos é a conservação e preservação da Aldeia. De facto, alguns visitantes referiram *“pequenos atentados ambientais que vi aí no meio dos campos [...] ao longo dos percursos [trilhos] tinha muitos depósitos de lixo”* (JC-T5) e comentaram: *“Que pena a parte histórica estar assim [...] gostava que do ponto de vista arquitetónico tivesse mais bem conservada a zona histórica”* (F-T23).

Tabela 7.7 – Melhorias sugeridas

Sugestões de melhorias	Linhares da Beira		Janeiro de Cima		Favaios		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%
	Serviços de restauração	19	8	50	25	9	7	78
Informação turística	36	15	12	6	24	17	72	12
Conservação/preservação da Aldeia	23	9	21	10	6	4	50	8
Divulgação/ promoção	26	10	14	7	9	7	49	8
Acessos	12	5	16	8	20	14	48	8
Alojamento	9	4	7	3	30	22	46	8
Sinalização	19	8	7	3	20	14	46	8
Nada	17	7	11	5	15	11	43	7
Atividades gerais	18	7	13	6	6	4	37	6
Comércio e serviços	14	6	8	4	9	7	31	5
Infraestruturas recreativas/ desportivas	8	3	12	6	3	2	23	4
Atividades recreativas/ desportivas	8	3	12	6	1	1	21	4
Infraestruturas gerais	8	3	12	6	1	1	21	4
Multibanco e bancos	1	0	19	9	0	0	20	3
Horários de serviços e atrações	12	5	3	1	2	1	17	3
Mais vida/ dinamização	9	4	4	2	2	1	15	3
Não sei	3	1	3	1	9	7	15	3
Atividades animação/ entretenimento	6	2	6	3	1	1	13	2
Atividades culturais	4	2	6	3	3	2	13	2
Posto de turismo	10	4	2	1	1	1	13	2
Praia fluvial/ rio	1	0	12	6	0	0	13	2
Artesanato	10	4	1	0	1	1	12	2
Mais produtos regionais e locais	7	3	3	1	2	1	12	2
Melhorar as estradas	3	1	0	0	8	6	11	2
Visitas guiadas	7	3	2	1	1	1	10	2

Nota: Só são apresentadas na tabela as melhorias mencionadas por, pelo menos, 2% dos inquiridos.

Nos itens em que se registou uma diferença de, pelo menos 5 entre as frequências relativas de duas Aldeias, está(ão) assinalada(s) a mais escuro a(s) Aldeia(s) em que um maior número de visitantes sugeriu essa melhoria.

No entanto, os resultados dos questionários, permitem detetar algumas diferenças entre as Aldeias neste contexto. Em Linhares da Beira é particularmente relevante melhorar o fornecimento de informação, incluindo a promoção e a disponibilização de horários de serviços e atrações, bem como investir na melhor conservação e preservação da Aldeia. Em Janeiro de Cima, além de serem necessárias estratégias para a conservação da Aldeia, é premente melhorar a base de serviços, infraestruturas, equipamentos de apoio ao turismo - principalmente dos serviços de restauração mas, também, infraestruturas em geral e infraestruturas recreativas e desportivas, bancos e caixas multibanco – e dinamizar atividades (recreativas e desportivas, entre outras). Em Favaios assume particular relevo o fornecimento de informação turística, já anteriormente referido, bem como a melhoria de serviços, infraestruturas e equipamentos de grande envergadura como infraestruturas de acesso, incluindo a sua sinalização, e meios de alojamento. É importante salientar também que 3% dos

inquiridos mencionaram não saber o que se poderia melhorar e 7% mencionaram que, na sua opinião, não há nada a melhorar.

7.4. Conclusão

O presente estudo revela que a experiência dos visitantes nas Aldeias em análise é bastante positiva. No entanto, a investigação realizada sugere também alguns aspetos que podiam ser aperfeiçoados no sentido de melhorar ainda mais a experiência nas Aldeias. Os resultados obtidos suscitam, finalmente, algumas considerações sobre a criação de experiências turísticas em áreas rurais.

Considerando a relevância da componente estética da experiência é importante que os responsáveis pelo desenvolvimento turístico das áreas rurais, e pelas Aldeias em análise em particular, procurem assegurar uma boa experiência dos visitantes a este nível. Este objetivo pode ser alcançado através de estratégias eficazes de conservação e preservação do património construído e, por exemplo, da oferta de trilhos pedestres que enfatizem recursos e ambientes esteticamente mais apelativos e do fornecimento da informação desejada. Não obstante os visitantes valorizarem muito o contacto com outras pessoas, particularmente com os residentes, a interação com estes e com outros visitantes é ainda muito reduzida. Por este motivo, é particularmente importante que nos meios rurais, incluindo estas Aldeias, se aumentem as oportunidades de interação com residentes e outros visitantes através, por exemplo, de um maior envolvimento de alguns residentes na atividade turística (como guias, por exemplo) e na organização de eventos em que diversos visitantes e residentes pudessem participar (por exemplo, em recriações de costumes ou festivais com recursos culturais locais).

Apesar da experiência dos visitantes nas áreas rurais em estudo parecer ser extremamente positiva, ela é ainda bastante passiva, não fomentando uma grande imersão nas comunidades rurais e seu modo de vida. Por este motivo, é crucial fomentar o desenvolvimento de atividades que possam promover um maior envolvimento e uma participação mais ativa em atividades locais, por exemplo, em atividades rurais ou na confeção de produtos locais. Todas as ações acima sugeridas poderão contribuir para um conhecimento mais profundo da realidade rural, para uma experiência mais rica em termos sensoriais, melhores emoções e uma experiência global mais positiva e memorável.

O estudo sugere ainda que é necessário melhorar alguns aspetos que poderão propiciar melhores experiências de visita às áreas rurais, tais como: a promoção e fornecimento de informação sobre estas áreas; melhoramento de infraestruturas, equipamentos e serviços de apoio, como sejam restaurantes, alojamento e acessos; incremento de oportunidades para a prática de atividades recreativas.

A investigação realizada revela ainda que a experiência dos visitantes nas Aldeias em análise poderá ser melhorada com diferentes intervenções em cada uma delas. Considerando algumas dessas intervenções, é possível referir que em Linhares é fundamental aumentar a estada dos visitantes e promover uma maior interação com os residentes e outros visitantes; em Janeiro de Cima é muito relevante melhorar a oferta de equipamentos e serviços (por exemplo,

restauração e caixas multibanco) e de atividades recreativas/ desportivas; por último, em Favaios é relevante melhorar as infraestruturas de acesso² e incrementar a oferta de alojamento.

² Depois da realização do trabalho de campo, o acesso a Favaios ficou mais facilitado com a abertura da autoestrada A4 e o itinerário complementar IC5. No entanto, muitos visitantes chegam através de itinerários existentes no Douro Vinhateiro, por estradas bastante sinuosas.