

***Impacto do Turismo de Aventura:  
uma revisão sistemática da literatura***

**José Miguel Filipe Ferreira**

2023

Página propositadamente deixada em branco

***Impacto do Turismo de Aventura:  
uma revisão sistemática da literatura***

**José Miguel Filipe Ferreira**

Dissertação para obtenção do Grau de Mestre em Marketing e Promoção  
Turística

Orientadores:

Professor Doutor Nuno Castanheira Almeida

Professor Doutor Mário Coelho Teixeira

2023

Página propositadamente deixada em branco

***Impacto do Turismo de Aventura:  
uma revisão sistemática da literatura***

José Ferreira

**COPYRIGHT** José Ferreira | Escola Superior de Turismo e Tecnologia do Mar |  
Instituto Politécnico de Leiria

A Escola Superior de Turismo e Tecnologia do Mar e o Instituto Politécnico de Leiria têm o direito, perpétuo e sem limites geográficos, de arquivar e publicar esta dissertação através de exemplares impressos reproduzidos em papel ou formato digital, ou por qualquer outro meio conhecido ou que venha a ser inventado, e de divulgar através de repositórios científicos e de admitir a sua cópia e distribuição com objetivos educacionais ou de investigação, não comerciais, desde que seja dado crédito ao autor e editor.

Página propositadamente deixada em branco

## **AGRADECIMENTOS**

Somos fruto das pessoas que nos rodeiam, por isso deixo os meus agradecimentos a todas elas que, de algum modo, contribuíram para o que sou e produzo.

Especial destaque para os meus avós e pais por estarem presentes quando mais preciso, aos meus orientadores Nuno Castanheira Almeida e Mário Coelho Teixeira pela disponibilidade, apoio e inspiração e à BLOCK Experience pelo apoio enquanto facilitador na conciliação do meu tempo de trabalho e estudo.

Termino com um agradecimento sincero às oportunidades que estas pessoas e entidades me fizeram chegar, assim como ao Instituto Politécnico de Leiria pelo seu contributo no meu desenvolvimento pessoal e profissional.

A todos vós, obrigado!

Página propositadamente deixada em branco

## ***Impacto do Turismo de Aventura: uma revisão sistemática da literatura***

### **RESUMO**

O turismo de aventura, enquanto categoria do turismo e compreendido como um turismo de nichos, mostrou um crescimento acentuado nos últimos anos. Trata-se de uma área de atividade que relaciona o contacto com a natureza, a imersão cultural e a atividade física. Pelas suas características específicas e evolução ao longo do tempo, compreender a forma de interação entre o turismo de aventura, a dinâmica turística e os destinos tornou-se um assunto pertinente. Este estudo tem como objetivo explorar e compreender os impactos das atividades de turismo de aventura nos destinos e no próprio turismo. Metodologicamente, realizámos uma revisão sistemática da literatura seguindo as diretrizes da declaração PRISMA e as cinco etapas de Pickering & Byrne (2014), adaptadas por Yang et al. (2017), tendo-se obtido uma amostra de 23 artigos publicados nas bases de dados *Web of Science* e *Scopus* no intervalo temporal de 1992 a 2022 (30 anos). Os resultados obtidos demonstram um conjunto de impactos negativos e positivos ao nível económico, social, cultural e ambiental das atividades de aventura e a sua variabilidade mediante o modo como estas são geridas e aplicadas nos destinos. A criação de redes locais e a participação dos vários *stakeholders* nas decisões e medidas tomadas mostraram-se um dos principais critérios a ter em conta para a mitigação dos impactos negativos destas atividades. Considerar estes fatores facilitará o expressar do carácter sustentável deste tipo de atividades nos destinos turísticos e a sua potencialidade para o turismo mundial e integração dos Objetivos para o Desenvolvimento Sustentável definidos pelas Nações Unidas. As conclusões deste estudo serão úteis para a aplicação e definição de estratégias conscientes, por parte das organizações, na promoção e gestão de um turismo de aventura sustentável e no seu investimento futuro.

**Palavras-Chave:** Turismo de Aventura, Impacto do Turismo, Turismo Sustentável, Recreação e Lazer, Turismo Ativo

Página propositadamente deixada em branco

## ***Adventure Tourism Impact: a systematic review of the literature***

### **ABSTRACT**

Adventure tourism, as a category of tourism and understood as a niche tourism, has shown a marked growth in recent years. It is an area of activity that relates the contact with nature, cultural immersion and physical activity. For its specific characteristics and evolution over time, understanding the form of interaction between adventure tourism, tourism dynamics and destinations has become a pertinent subject. This study aims to explore and understand the impacts of adventure tourism activities on destinations and on tourism itself. Methodologically, we conducted a systematic literature review following the PRISMA statement guidelines and the five steps of Pickering & Byrne (2014), adapted by Yang et al. (2017), and obtained a sample of 23 articles published in the Web of Science and Scopus databases in the time interval from 1992 to 2022 (30 years). The results obtained demonstrate a set of negative and positive impacts at the economic, social, cultural and environmental level of adventure activities and their variability depending on how they are managed and applied in destinations. The creation of local networks and the participation of the various stakeholders in the decisions and measures taken prove to be one of the main criteria to be taken into account to mitigate the negative impacts of these activities. Considering these factors will facilitate the expression of the sustainable character of this type of activities in tourist destinations and their potential for world tourism and integration of the Goals for Sustainable Development defined by the United Nations. The conclusions of this study will be useful for the application and definition of conscious strategies, by organizations, in the promotion and management of sustainable adventure tourism and its future investment.

**Keywords:** Adventure Tourism, Tourism Impact, Sustainable Tourism, Recreation and Leisure, Active Tourism

Página propositadamente deixada em branco

## ***Impacto del turismo de aventura: una revisión sistemática de la literatura***

### **RESUMEN**

El turismo de aventura, como categoría turística y entendido como turismo de nicho, ha experimentado un notable crecimiento en los últimos años. Se trata de un área de actividad que relaciona el contacto con la naturaleza, la inmersión cultural y la actividad física. Por sus características específicas y su evolución a lo largo del tiempo, comprender la forma de interacción entre el turismo de aventura, las dinámicas turísticas y los destinos se ha convertido en un tema pertinente. Este estudio pretende explorar y comprender los impactos de las actividades de turismo de aventura en los destinos y en el propio turismo. Metodológicamente, realizamos una revisión sistemática de la literatura siguiendo las directrices de la declaración PRISMA y los cinco pasos de Pickering & Byrne (2014), adaptados por Yang et al. (2017), y obtuvimos una muestra de 23 artículos publicados en las bases de datos Web of Science y Scopus en el intervalo de tiempo comprendido entre 1992 y 2022 (30 años). Los resultados obtenidos demuestran un conjunto de impactos negativos y positivos a nivel económico, social, cultural y ambiental de las actividades de aventura y su variabilidad en función de cómo se gestionan y aplican en los destinos. La creación de redes locales y la participación de las distintas partes interesadas en las decisiones y medidas adoptadas resultan ser uno de los principales criterios a tener en cuenta para mitigar los impactos negativos de estas actividades. La consideración de estos factores facilitará la expresión del carácter sostenible de este tipo de actividades en los destinos turísticos y su potencial para el turismo mundial y la integración de los Objetivos de Desarrollo Sostenible definidos por las Naciones Unidas. Las conclusiones de este estudio serán útiles para la aplicación y definición de estrategias conscientes, por parte de las organizaciones, en la promoción y gestión del turismo de aventura sostenible y su inversión futura.

**Palabras clave:** Turismo de Aventura, Impacto Turístico, Turismo Sostenible, Recreo y Ocio, Turismo Activo

Página propositadamente deixada em branco

**ÍNDICE GERAL**

AGRADECIMENTOS.....	vii
RESUMO.....	ix
ABSTRACT.....	xi
RESUMEN .....	xiii
ÍNDICE DE FIGURAS .....	xvii
ÍNDICE DE TABELAS .....	xix
ÍNDICE DE QUADROS.....	xix
LISTA DE ABREVIATURAS, ACRÓNIMOS E SIGLAS .....	xxi
1. INTRODUÇÃO.....	1
1.1. Pertinência do Estudo.....	1
1.2. Descrição do Problema .....	1
1.3. Estrutura da Dissertação.....	2
2. REVISÃO DA LITERATURA.....	3
2.1. Turismo .....	3
2.1.1. Turismo Internacional.....	4
2.1.2. Turismo em Portugal .....	6
2.2. Animação Turística .....	8
2.2.1. Turismo de Natureza .....	11
2.2.2. Turismo Desportivo .....	12
2.3. Turismo de Aventura .....	13
2.3.1. Perfil do Turista de Aventura.....	16
2.4. Impacto do Turismo.....	18
2.4.1. Turismo de nichos .....	19
2.4.2. Impacto do Turismo de Natureza .....	19
2.5. Turismo e “Green Transition” .....	20
3. METODOLOGIA .....	23
3.1. Objetivo do Estudo .....	23
3.2. Revisão Sistemática da Literatura .....	23
3.3. Processo .....	25
4. RESULTADOS.....	29
4.1. Caracterização da Literatura.....	29
4.2. Impactos do Turismo de Aventura.....	30
5. DISCUSSÃO .....	35
5.1. Abrangência das atividades.....	35

5.2.	Importância das atividades de aventura .....	36
5.3.	Sustentabilidade .....	38
5.4.	Turismo de Aventura e Marketing.....	39
5.4.1.	Marketing Interno.....	40
5.4.2.	Marketing Sustentável .....	41
6.	CONCLUSÃO.....	43
6.1.	Implicações Práticas .....	44
6.2.	Limitações ao Estudo.....	45
6.3.	Extensão ao Estudo .....	45
	REFERÊNCIAS.....	47
	APÊNDICES.....	59

**ÍNDICE DE FIGURAS**

<b>Figura 1:</b> Laser, recreação e turismo .....	4
<b>Figura 2:</b> Turismo de Aventura .....	13
<b>Figura 3:</b> Processo de Revisão Sistemática da Literatura .....	24
<b>Figura 4:</b> Fluxograma PRISMA .....	26
<b>Figura 5:</b> Ano de Publicação .....	29
<b>Figura 6:</b> Metodologias .....	30
<b>Figura 7:</b> Objetivos de Desenvolvimento Sustentável .....	39

Página propositadamente deixada em branco

## ÍNDICE DE TABELAS

<b>Tabela 1:</b> Impacto da Aventura.....	31
<b>Tabela 2:</b> Potencial de Investimento Turismo de Aventura .....	38

## ÍNDICE DE QUADROS

<b>Quadro 1:</b> Classificação do Turismo .....	3
<b>Quadro 2:</b> Atividades de Animação Turística.....	9
<b>Quadro 3:</b> Tipologia das Atividades de Aventura .....	16
<b>Quadro 4:</b> Revisão da Literatura .....	24

Página propositadamente deixada em branco

## **LISTA DE ABREVIATURAS, ACRÓNIMOS E SIGLAS**

APECATE - Associação Portuguesa de Empresas de Congressos, Animação Turística e Eventos

ATTA – Adventure Travel Trade Association

ICNF – Instituto da Conservação da Natureza e das Florestas

IPDJ – Instituto Português do Desporto e Juventude

OMT/UNWTO – Organização Mundial de Turismo

RNAAT – Registo Nacional de Agentes de Animação Turística

RNT – Registo Nacional de Turismo

USD - United States Dollar

SNAC – Sistema Nacional de Áreas Classificadas

Página propositadamente deixada em branco

## **1. INTRODUÇÃO**

Com esta dissertação, é pretendido explorar os impactos do turismo de aventura com base numa revisão da literatura. A presente nota introdutória descreve o tema abordado e respetiva estrutura do trabalho.

### **1.1. Pertinência do Estudo**

O turismo mundial tem apresentado um crescimento ao longo dos anos com relevância a vários níveis, nomeadamente económico, social, cultural e ambiental nos destinos (UNWTO, 2021). Com este aumento, verifica-se também o surgimento de novas formas de turismo que permitem aos destinos e organizações turísticas manterem a sua competitividade e satisfazerem as necessidades atuais dos turistas.

O turismo de aventura é uma das categorias do turismo que mais rapidamente tem crescido nos últimos anos (UNWTO, 2014) e que representa um conjunto de serviços que interligam a cultura de um destino, com atividades de carácter físico e o contacto com a natureza (ATTA, 2021). Apesar de ser considerado um turismo de nichos, são já vários os turistas que optam por esta modalidade turística em busca do contacto com a natureza, novas experiências e descoberta, estando muitas das vezes associado a destinos pouco explorados (Bunghez, 2021; Pomfret & Bramwell, 2016).

Estas características específicas das atividades de aventura carregam consigo impactos para o destino e para o próprio turismo do mesmo. Entender como é que estas atividades influenciam a dinâmica turística e do destino torna-se pertinente para um adequada gestão e crescimento deste setor de forma benéfica e sustentável.

### **1.2. Descrição do Problema**

O turismo de aventura tem-se vindo a afirmar em vários destinos turísticos e enquanto atividade turística. Esta é uma categoria que poderá carregar várias oportunidades para o turismo mundial e ir ao encontro de algumas das preocupações atuais como as alterações climáticas e as desigualdades sociais.

Monitorizar e avaliar as ações do turismo de aventura é fundamental para um adequado desenvolvimento e progresso, assim como para a definição de estratégias eficazes que garantam a sustentabilidade da atividade (Mações, 2019).

Neste sentido, a presente dissertação enquadra-se no estudo dos impactos do turismo de aventura com vista à identificação de pontos positivos e negativos, que permitam tomadas de decisões futuras conscientes e potenciem o crescimento do setor.

Partindo dos pressupostos anteriores, o principal objetivo deste estudo passa por compreender quais os impactos que advém das atividades do turismo de aventura. No seguimento deste objetivo principal, são aplicados 3 objetivos secundários: (1) Identificar quais os impactos do turismo de aventura nos destinos turísticos; (2) compreender se o turismo de aventura contribui para a sustentabilidade do turismo e (3) compreender se o turismo de aventura contribui para a satisfação e bem-estar dos turistas.

### **1.3. Estrutura da Dissertação**

A dissertação está organizada em 5 capítulos, iniciando com a (1) Revisão da Literatura, que compreende 4 subcapítulos: (a) Turismo, onde são abordados alguns dados relativos ao turismo internacional e em Portugal; (b) Animação Turística, com a sua definição e dinâmica em Portugal; (c) Turismo de Aventura, compreendendo alguns conceitos e natureza desta categoria do turismo; (d) Impactos do Turismo, abordando algumas influências do setor na sociedade e fazendo referência à especificidade do turismo de nichos onde o turismo de aventura se insere.

De seguida apresentamos a (2) Metodologia, onde são descritos os processos, objetivos e métodos utilizados para a aquisição de dados. Os (3) Resultados, com a apresentação dos dados obtidos através da metodologia proposta, a (4) Discussão, onde analisamos e refletimos sobre os resultados obtidos, chegando finalmente à (5) Conclusão, onde abordamos os objetivos iniciais, os contributos e utilidade do estudo, limitações ao mesmo e futuras linhas de investigação.

## 2. REVISÃO DA LITERATURA

### 2.1. Turismo

Para a definição do termo “Turismo” consultou-se a Organização Mundial de Turismo (OMT), entidade das Nações Unidas responsável pela “promoção do turismo responsável, sustentável e universalmente acessível” (UNWTO, n.d.-a), que o define enquanto “fenómeno social, cultural e económico” (UNWTO, n.d.-b). Consiste na deslocação de pessoas, denominadas visitantes, que transitam para diferentes locais geográficos do seu local de residência por um período inferior a um ano, em que não exista relações de empregabilidade para com entidades dos locais visitados, tendo como principal motivação de viagem o lazer (Nações Unidas, 2010). No seguimento desta definição, os turistas estão inseridos no grupo dos visitantes que pode ser separado em dois grupos distintos, nomeadamente o grupo abordado anteriormente dos turistas, visitantes de um local com pernoita, e os excursionistas, visitantes de um local sem pernoita (Almeida & Araújo, 2017; Nações Unidas, 2010; UNWTO, n.d.-b).

Para além destas denominações, as Nações Unidas (2010), referem também a distinção do turismo relativamente ao local de visita e de origem dos turistas apontando para os termos apresentados no Quadro 1.

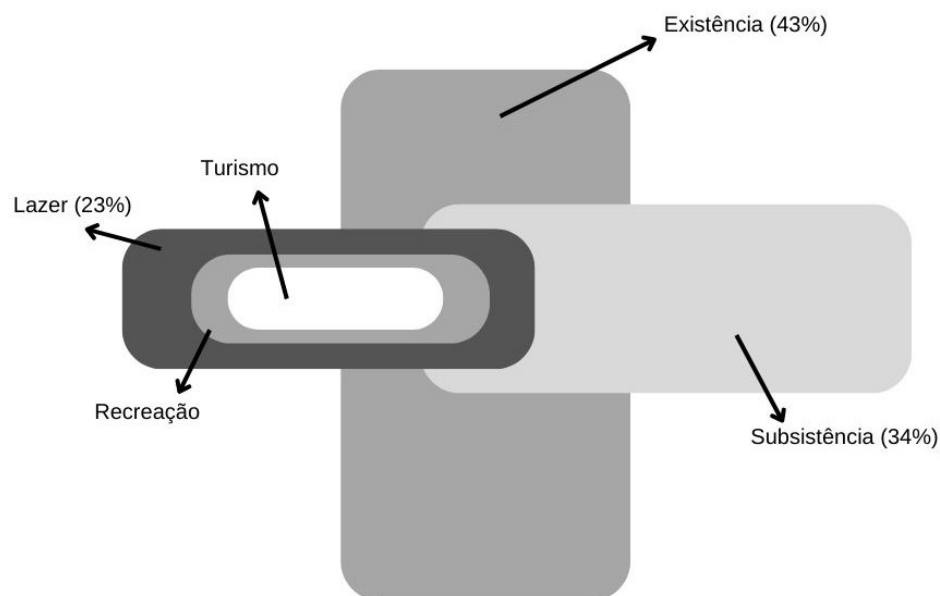
**Quadro 1:** Classificação do Turismo

Turismo Doméstico	Atividades turísticas de um residente no seu próprio país de referência
Turismo Inbound	Atividades turísticas de um não residente no país de referência
Turismo Outbound	Atividades turísticas de um residente fora do país de referência
Turismo Interno	Atividades turísticas de residentes e não residentes dentro do país de referência (Turismo Doméstico e Turismo Inbound)
Turismo Nacional	Atividades turísticas dos residentes do país de referência (Turismo Doméstico e Turismo Outbound)
Turismo Internacional	Atividades turísticas realizadas fora do país de origem dos turistas (Turismo Inbound e Turismo Outbound)

**Fonte:** Nações Unidas (2010)

O conceito e a prática de turismo surgem com o aumento do tempo livre, com a melhoria da qualidade de vida e desenvolvimento dos transportes, permitindo dedicar esse mesmo tempo a outras tarefas, com vista ao desenvolvimento pessoal de cada um (Costa, 1996; Tribe, 2020). Muitas vezes, o turismo poderá ser confundido com o lazer e a recreação, contudo existem diferenças a ter em conta. Segundo Shaw (1986), estes termos estão diretamente associados à ocupação do tempo livre existente. Este tempo livre consiste no período em que não se realizam tarefas domésticas ou trabalho, conferindo liberdade de tempo para o próprio indivíduo (Herbert, 1988). Dentro do tempo livre, existe a possibilidade de lazer, que se trata de uma forma de estar, carregando ações como atividades de recreio, relaxar, conversar, entre outras (Herbert, 1988; Pereira et al., 2012; Shaw, 1986). O recreio surge assim enquanto ação de tempo livre e inserida no ramo do lazer que acarreta um conjunto de atividades que visam ao desenvolvimento pessoal, como a prática de desporto, atividades artísticas ou o turismo (Almeida & Araújo, 2017; Poria et al., 2003; Singh, 2007; Warn, 1999).

**Figura 1:** Lazer, recreação e turismo



**Fonte:** Costa, 1996

### **2.1.1. Turismo Internacional**

O Turismo mostra-se como sendo um dos principais setores de exportação mundial, tendo ocupado a terceira posição depois dos combustíveis fósseis e componentes químicos no período pré pandémico (UNWTO, 2021), expondo expectativas enquanto um dos principais

meios de recuperação e crescimento por parte de vários países a nível mundial (World Tourism Organization, 2022a).

Apesar de uma queda de 73% das chegadas de turistas internacionais em todo o mundo, no ano 2020 devido à pandemia originada pela coronavírus SARS-CoV-2 (World Tourism Organization, 2022a), assistiu-se em 2019 ao décimo ano consecutivo de expansão e crescimento do setor do turismo. Um total de 1,460 milhões de chegadas de turistas internacionais representantes de 1,481 biliões de Dólares Americanos (USD) em receitas do turismo internacional. Representando um crescimento de 54% das receitas de turismo internacional e de 44% do Produto Interno Bruto Internacional. (UNWTO, 2021).

Segundo a World Tourism Organization, (2021), no seu relatório face ao ano 2019, as exportações realizadas no âmbito do turismo internacional alcançaram os 1,7 triliões de Dólares Americanos (USD) dos quais 1,5 triliões correspondem a receitas nos destinos e os restantes 255 biliões aos transportes utilizados, representando 7% do total de exportações mundiais.

A Europa mostra-se como sendo a região com o maior número de chegadas internacionais (744 milhões) correspondendo a 51% do total de chegadas internacionais no mundo, seguida da Ásia e Pacífico com 25% (362 milhões). O ranking mantém-se no que toca ao total de receitas de turismo internacional com 576 biliões de Dólares Americanos (USD) na Europa e 443 biliões na Ásia e Pacífico. Apesar de menos significativa, a região do Médio Oriente foi a que apresentou o maior crescimento de chegadas internacionais (+8%) e de receitas geradas (+8).

Lazer é o principal motivo de viagem (55%), tendo sofrido um crescimento de 5% entre os anos 2000 e 2019, seguido de motivos religiosos, saúde ou visita a familiares e amigos (28%) e motivos profissionais (11%). Para a visita dos destinos, o avião representa o meio de transporte mais utilizado (59%) com um crescimento de 13% entre 2000 e 2019, seguido do carro (35%) que pelo contrário, sofreu um decréscimo de 14% (UNWTO, 2021).

Após dois anos de restrições, sentiu-se em 2022 um crescimento do turismo internacional nos cinco primeiros meses alcançando, em chegadas internacionais, 46% dos valores para o mesmo período do ano de 2019 (World Tourism Organization, 2022b). Segundo o relatório da Organização Mundial do Turismo, enquanto em 2021 foram registadas 77 milhões de chegadas internacionais até ao mês de maio, em 2022 este número sofreu um crescimento chegando aos 250 milhões de chegadas no mesmo período. A Europa foi a região que registou a maior subida com um aumento de 4 vezes mais chegadas

internacionais nos 5 primeiros meses de 2022 quando comparados com o mesmo período de 2021. Apesar destes resultados, os valores situam-se ainda 36% abaixo dos valores de 2019.

A situação pandémica sentida em todo o mundo forçou a uma reinvenção do turismo no sentido de dar resposta aos desafios e dificuldades que foram surgindo (Abbas et al., 2021; Utkarsh & Sigala, 2021; Viana-Lora & Nel-lo-Andreu, 2022). O futuro do turismo alterou-se, a utilização da tecnologia no turismo tornou-se mais comum e proporcionou experiências que irão continuar a existir no formato virtual (Gretzel et al., 2020). A utilização deste formato de turismo e a redução do número de viagens e de recursos proporcionou a redução da pegada ecológica causada por este setor mostrando uma oportunidade para a adoção de um turismo mais sustentável no período pós-COVID (Ioannides & Gyimóthy, 2020; Sheller, 2020; Viana-Lora & Nel-lo-Andreu, 2022).

### **2.1.2. Turismo em Portugal**

Portugal dispõe de uma forte presença no turismo mundial, tendo obtido vários prémios nesta área, nomeadamente de Melhor Destino Turístico do Mundo em 2018 e 2017 pela World Travel Awards (Turismo de Portugal, 2022b). Apesar deste título não ter sido mantido nos anos seguintes, o turismo em Portugal tem continuado a mostrar um crescimento constante, resultando num aumento de 37 milhões de dormidas em 2010 para 70 milhões em 2019 (Turismo de Portugal, 2022d).

À semelhança dos restantes países no mundo, a crise pandémica veio quebrar este crescimento obtendo valores recorde no ano de 2020 como sendo o “pior ano desde que há registo” (Turismo de Portugal, 2022d). Ainda assim, em 2021, Portugal sentiu um aumento na procura turística de 37,4 milhões de dormidas das quais cerca de metade (50,2%) consistiram em dormidas domésticas.

Em 2022 observou-se um retorno do turismo aos níveis pré-pandémicos com o alcance de resultados inéditos no que diz respeito às receitas geradas, com 10.8 milhões de euros entre janeiro e julho correspondendo a mais 205% dos valores obtidos em 2021 e 12% em 2019 no mesmo período (Turismo de Portugal, 2022e).

De facto, o turismo representa um setor importante na atividade económica portuguesa, contribuindo no ano de 2021 para 8% do PIB, valor acima do obtido em 2020 (6,6%) mas ainda abaixo do período pré-pandémico em 2019 (11,8%) (Instituto Nacional de Estatística, 2022). A recuperação dos valores anteriormente alcançados é agora um objetivo que, segundo o atual Ministro da Economia, António Silva, deve ser realizado com vista à

diversificação da oferta e aproveitamento dos produtos endógenos que Portugal possui. Uma diversificação assente na tecnologia para a facilitação do acesso aos produtos turísticos e para a redução do consumo de recursos naturais que privilegie a combinação do turismo convencional com outras formas de turismo como é o caso do Turismo de Natureza (A. Silva, 2022).

Para que o desenvolvimento de atividade ligadas ao turismo seja possível, o Turismo de Portugal exige às empresas o preenchimento de informações relativas às mesmas no Registo Nacional de Turismo (RNT), criando quatro grandes áreas de atividade no turismo: Empreendimentos Turísticos, Agências de Viagem, Alojamentos Locais e Agentes de Animação Turística (Turismo de Portugal, 2022c).

De acordo com a ferramenta “Trabel BI” criada pelo Turismo de Portugal, é possível identificar a existência de 10 225 empresas registadas no RNAAT que desenvolvem atividades de animação turística em Portugal (Turismo de Portugal, 2022a).

No inquérito realizado pelo Turismo de Portugal, (2020), é visível o crescimento do número de registos de empresas de animação turística assim como a procura de atividades exercidas pelas mesmas, com grande foco nas atividades de turismo cultural, como visitas a museus e rotas temáticas, mas também nas atividades de turismo de natureza e aventura como o montanhismo e passeios todo-o-terreno.

## 2.2. Animação Turística

Nos dias que correm, fazer turismo vai muito além da hotelaria e restauração. O ato de viajar passa hoje por explorar novos locais e conhecer novas realidades, utilizando o tempo livre disponível para enriquecimento pessoal, cultural e social, onde intervém a animação turística.

O turismo de experiências e a aquisição de novas vivências em viagem por parte dos turistas tem vindo a ganhar destaque, dando espaço para o desenvolvimento da animação turística enquanto elemento inserido na experiência do destino e complementar à oferta turística existente (Almeida & Araújo, 2017; Tavares et al., 2012).

Em Portugal, é o Decreto-Lei n.º 108/2009 de 15 de Maio que estabelece as condições de acesso e de exercício da atividade das empresas de animação turística e que admite como atividades próprias a “organização e a venda de atividades recreativas, desportivas ou culturais, em meio natural ou em instalações fixas destinadas ao efeito, de carácter lúdico e com interesse turístico para a região em que se desenvolvam.”

A Associação Portuguesa de Empresas de Congressos, Animação Turística e Eventos (APECATE), principal entidade interlocutora entre as administrações locais, regionais e centrais e as empresas de animação turística em Portugal, assume a animação turística enquanto área recente do turismo direcionada para o entretenimento e lazer dos turistas. (APECATE, n.d.).

Segundo Chavez & Mesalles, (2001), a animação turística aglomera todo um conjunto de atividades “culturais, lúdicas, de formação, desportivas, de difusão, de convívio e de recreio” com o intuito de combater o stress e rotina diária dos turistas assim como fortalecer o seu bem-estar. Trata-se de um conjunto de atividades e tarefas realizadas com o objetivo final de entreter e preencher o tempo livre dos participantes de forma enriquecedora (Almeida & Araújo, 2017).

Puertas, (2004), acrescenta ainda que este setor tem o intuito de envolver o turista naquilo que é a essência do destino, mas também dentro do seu grupo turístico, quando se trata de excursões e viagens de grupo. Distingue assim a animação turística enquanto ação continuada, na medida em que pretende uma interação entre os elementos do grupo e os próprios agentes de animação turística. Torna-se necessário que os animadores e profissionais que desenvolvem as atividades de animação turística promovam a expressão individual e do grupo e a sua comunicação e relacionamento entre os vários intervenientes (Almeida & Araújo, 2017; Pereira et al., 2012).

Os atributos da animação turística garantem, assim, um acréscimo de valor da oferta turística, tornando-a mais rica e diferenciadora. Segundo Tavares et al. (2012), estas atividades contribuem para um aumento da atração e retenção turística nos destinos. Almeida & Araújo (2017), apontam para o carácter promocional destas atividades e a sua capacidade de evidenciar valores culturais, projetar a região enquanto destino turístico e fomentar o investimento em novos negócios e infraestruturas turísticas.

A animação turística é constituída por três subcategorias, nomeadamente “passeios e atividades de turismo de ar livre, também denominadas outdoor ou de turismo de natureza e aventura; passeios e atividades de turismo cultural, que incluem atividades de visitação e experiência de descoberta ativa do património construído e etnográfico; e atividades que se desenvolvem em parques temáticos como os campos de paintball ou os percursos de arborismo”, (APECATE, n.d.). Associadas a estas atividades, Almeida e Araújo (2017), e Pereira et al. (2012), apontam ainda para a inserção de atividades e experiências ligadas à gastronomia, artesanato, recreação e entretenimento, desporto, saúde e bem-estar e eventos, enquanto atividades da animação turística.

**Quadro 2:** Atividades de Animação Turística

<b>Atividades de Turismo de Ar Livre / Turismo de Natureza e Aventura</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Arborismo e outros percursos de obstáculos (com recurso a manobras com cordas e cabos de aço como rapel, slide, pontes e similares);</li><li>• Atividades de observação da natureza (rotas geológicas, observação de aves);</li><li>• Atividades de orientação (percursos, geocaching, caças aos tesouros e similares);</li><li>• Atividades de Sobrevivência;</li><li>• Atividades de Teambuilding (quando incluam atividades de turismo de ar livre);</li><li>• Balonismo, asa delta com e sem motor, parapente e similares;</li><li>• Caminhadas e outras atividades pedestres;</li><li>• Cannyoning, coasteering e similares;</li><li>• Escalada em parede natural e em parede artificial;</li><li>• Espeleologia;</li><li>• Experiências de paraquedismo;</li><li>• Mergulho, snorkeling e similares;</li><li>• Montanhismo;</li></ul>

- Natação em águas bravas (hidrospeed);
- Outras atividades de turismo de ar livre;
- Paintball, tiro com arco, besta, zarabatana, carabina de pressão de ar e similares;
- Passeios e atividades em bicicleta (btt e cicloturismo), em segway e similares;
- Passeios e atividades equestres, em atrelagens de tração animal e similares;
- Passeios em todo-o-terreno (moto, moto4 e viaturas 4x4, kartcross e similares).

### **Atividades de Turismo Cultural / “Touring” Paisagístico e Cultural**

- Atividades e experiências de descoberta do Património Etnográfico (participação em atividades agrícolas, pastoris, artesanais, eno-gastronómicas e similares – por exemplo: vindima, pisar uva, apanha da azeitona, descortçar do sobreiro, plantação de árvores, ateliers de olaria, pintura, cestaria, confeção de pratos tradicionais, feitura de um vinho);
- Atividades que se desenvolvam exclusivamente em ambiente urbano de percursos pedestres e visitas a museus, palácios e monumentos;
- Jogos populares e tradicionais;
- Rotas temáticas e outros percursos de descoberta do património (por exemplo, Rota do Megalitismo, do Romano, do Românico, do Fresco, Gastronómicas, de Vinhos, de Queijos, de Sabores, de Arqueologia Industrial);
- Visitas guiadas a museus, monumentos e outros locais de interesse patrimonial

### **Atividades Marítimo-Turísticas**

- Aluguer de embarcações com tripulação;
- Aluguer de embarcações sem tripulação;
- Aluguer ou utilização de motas de água e de pequenas embarcações dispensadas de registo;
- Aluguer ou utilização de motas de água e de pequenas embarcações dispensadas de registo (Canoagem e rafting em águas calmas e em águas bravas);
- Aluguer ou utilização de motas de água e de pequenas embarcações dispensadas de registo (Surf, bodyboard, windsurf, kitesurf, skimming, standup paddle boarding e similares);
- Aluguer ou utilização de motas de água e de pequenas embarcações dispensadas de registo (Vela, remo e atividades náuticas similares);
- Observação de cetáceos e similares;

- Outros serviços, designadamente os respeitantes a serviços de reboque de equipamentos de carácter recreativo, tais como bananas, paraquedas, esqui aquático;
- Passeios marítimo-turísticos;
- Pesca turística;
- Serviços de natureza marítimo-turística prestados mediante a utilização de embarcações atracadas ou fundeadas e sem meios de propulsão próprios ou selados;
- Serviços efetuados por táxi fluvial ou marítimo

**Fonte:** Turismo de Portugal (n.d.)

### **2.2.1. Turismo de Natureza**

Em Portugal, as empresas e atividades de animação turística devem ainda ser registadas enquanto turismo de natureza pelo ICNF, quando desenvolvidas em locais pertencentes ao Sistema Nacional de Áreas Classificadas (SNAC), ficando sujeitas ao cumprimento de uma série de mediadas de boas práticas ambientais (ICNF, n.d.).

O turismo de natureza é entendido enquanto forma de turismo e conjunto de atividades realizadas em áreas naturais e protegidas, fora do local de residência dos visitantes (Fredman & Margaryan, 2021; Marques et al., 2021; Pereira et al., 2012). Fredman & Margaryan (2021), admitem ainda que o turismo de natureza, pela necessidade de se adequar às necessidades dos turistas de natureza, engloba um vasto grupo de formas de turismo, nomeadamente turismo outdoor, turismo selvagem, turismo ambiental, ecoturismo, geo-turismo e turismo de aventura.

Os principais fatores para a procura deste tipo de turismo descrevem o contacto com a natureza e ambientes naturais, relaxamento, fuga à rotina do dia-a-dia, assim como motivações sociais, prestígio e motivações pessoais, novas aprendizagens, autoconhecimento e superação (Marques et al., 2021; Taczanowska et al., 2019; Vespestad & Gressnes, 2021). Buckley (2023), refere ainda o impacto e benefícios deste tipo de turismo para a saúde dos turistas, nomeadamente ao nível da saúde mental.

Esta forma de turismo tem mostrado um crescimento acentuado nos últimos anos, tendo sido uma opção procurada no período de recuperação pós-COVID e, segundo Fredman e Margaryan (2021), deverá ser uma aposta por parte dos destinos no sentido de manter a

competitividade do seu turismo, captar diferentes públicos e promover o crescimento e sustentabilidade do mercado.

### **2.2.2. Turismo Desportivo**

São também várias as atividades inerentes à animação turística que englobam o desporto e a atividade física, entrando no ramo do turismo desportivo. O Conselho da Europa define o desporto como um conjunto de “todas as formas de atividade física que, de forma ocasional ou organizada, têm o objetivo de expressar ou melhorar a condição física e saúde mental, desenvolver relações sociais ou obter resultados em competições de todos os níveis” (Council of Europe, 2021). O desporto, aliado ao turismo, promove também o desenvolvimento local, económico e social dos destinos com a presença de atividades para a prática ativa dos turistas no âmbito do lazer ou de competição e através dos eventos desportivos (IPDJ, 2022; Morfoulaki et al., 2023).

Chen et al. (2022), afirma que um turista desportivo não exige necessariamente ter como objetivo principal de viagem a participação de forma passiva ou ativa num evento ou atividade desportiva, mas será contabilizado como tal a partir do momento em que essa participação é realizada. Mishra et al. (2022), acrescenta também que os turistas desportivos não são motivados a viajar para adquirir uma melhor condição física, para se superarem ou serem reconhecidos socialmente, mas viajam sim para relaxarem, descobrir novos locais e desenvolver relações sociais, motivações comuns aos turistas em geral.

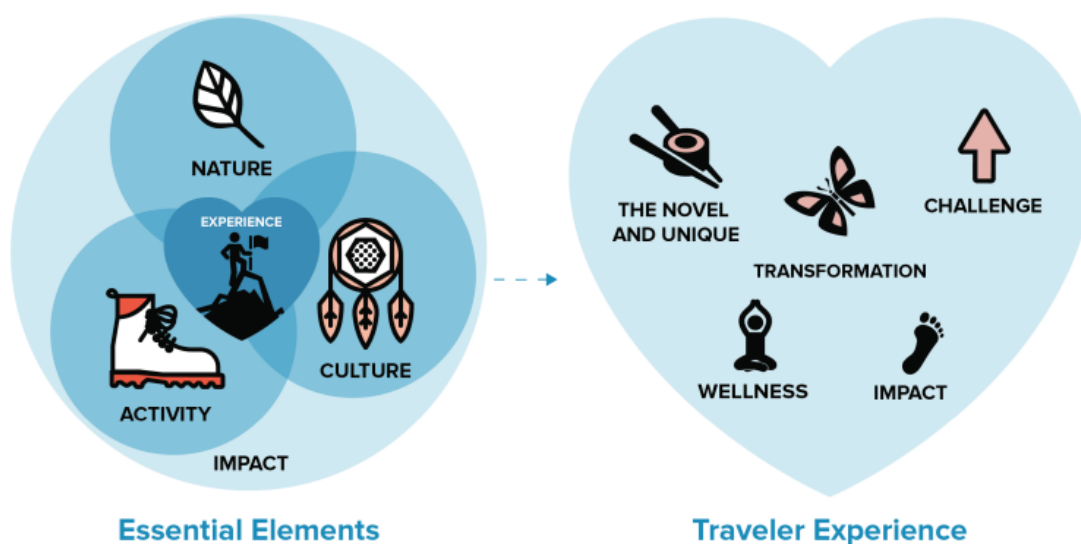
O turismo desportivo é, portanto, dividido em dois grupos distintos de turistas: (1) turistas com uma participação ativa em atividades desportivas e que pretendem desenvolver uma determinada atividade de modo recreativo e (2) turistas com uma participação passiva, que funcionam enquanto espectadores de atividades desportivas, nomeadamente eventos desportivos, sem realizarem as atividades descritas (Chen et al., 2022; Gibson et al., 1998). No ramo do turismo desportivo ativo, os turistas participam nas atividades de forma voluntária e por satisfação pessoal, englobando uma série de atividades, normalmente associadas a espaços ao ar livre e ao desporto de natureza, como a escalada, caminhadas, canoagem, btt, entre outros (Almeida & Araújo, 2017).

### 2.3. Turismo de Aventura

O Turismo de Aventura é hoje uma área inserida na animação turística e que envolve uma série de atividades consideradas de natureza aventureira e muitas vezes associadas ao desporto e à natureza, tais como o surf, trekking, escalada, btt, paintball, entre outras.

A Adventure Travel Trade Association (ATTA, 2020), trata-se de uma organização internacional que reúne um conjunto de entidades ligadas ao turismo de aventura em todo o mundo e define o turismo de aventura enquanto viagem de duração superior a 24 horas e inferior a 1 ano e que seja constituída por um mínimo de dois dos três elementos seguintes: atividade física, ambientes na natureza e imersão cultural. A presença dos três elementos em simultâneo garante uma experiência mais rica e capaz de atingir as motivações destes turistas como o bem-estar e a transformação pessoal.

Figura 2: Turismo de Aventura



Fonte: ATTA, (2020)

O turismo de aventura é já considerado uma das categorias do setor do turismo com um crescimento mais rápido devendo-se, em parte, ao reconhecimento dos valores culturais, ambientais e económicos por parte dos países promotores deste tipo de atividades (UNWTO, 2014). Segundo o relatório apresentado pela ATTA, (2021), o turismo de aventura é responsável por 30% do total de gastos efetuados pelos turistas. A Adventure Travel Trade Association indica ainda a lista de países que demonstram maior

competitividade no mercado do turismo de aventura com base nos seguintes elementos presentes em cada país:

- recursos naturais;
- segurança;
- políticas governamentais que apoiam a sustentabilidade do destino;
- sistema de saúde;
- recursos naturais;
- recursos para realização de atividades de aventura;
- empreendedorismo;
- humanitarismo;
- infraestruturas;
- imagem do destino.

Em 2020, no conjunto dos países desenvolvidos, Portugal encontra-se na 24.º posição com a Islândia a ocupar a liderança do ranking (ATTA, 2020).

O aumento da procura e expansão do turismo de aventura veio alargar o leque de atividades e promover a criação de novos produtos turísticos, contudo o início desta vertente é relativamente recente e fica marcado pela adoção de algumas técnicas de progressão em montanhismo, como tirolesas e slides (Silva, 2018). Ao longo dos séculos, várias aventuras foram sendo realizadas pelos mais diversos motivos, como a época dos Descobrimentos e a exploração dos Polos Ártico e Antártico. Só nos anos 20 começaram a surgir as primeiras aventuras comerciais nos Estados Unidos da América e já nos anos 70, com a subida ao Monte Evereste e a evolução dos equipamentos desportivos, o turismo de aventura teve uma grande impulsão (Gross & Sand, 2020; UNWTO, 2014).

Atualmente, contamos com uma oferta muito diversificada de produtos de aventura que se distinguem dos restantes produtos turísticos por acarretarem esta vertente de aventura. Hudson, (2003), admite que o turismo de aventura consiste no esforço físico, variável mediante a situação, por parte do turista e que tende a exprimir no turista sentimentos de entusiasmo, diversão e emoção (Schlegelmilch & Ollenburg, 2013).

Habitualmente, nas modalidades de turismo de aventura, a existência de um determinado nível de risco é inerente às mesmas e é um elemento que as define como aventura (Silva, 2018). Trata-se, portanto, de uma atividade que supõe a superação dos participantes e dos seus limites, estimulando-os a desafiarem-se a si próprios (Gross & Sand, 2020).

Derivado da abrangência das atividades de aventura a um público diversificado e vasto, o mercado turístico e também os investigadores adotam a denominação de aventuras “hard” e “soft” mediante um conjunto de características das mesmas (Muller & Cleaver, 2000; Stipanović et al., 2019; UNWTO, 2014). Esta separação consiste da distinção de atividades que envolvem determinados níveis de conhecimento e experiência por parte dos participantes, desafio, incerteza, intensidade e duração da atividade, controlo percebido e capacidades individuais e que irão determinar, com este conjunto de elementos, o suposto risco da atividade (Gross & Sand, 2020; Stipanović et al., 2019).

Por turismo de aventura “hard” entende-se um conjunto de atividades onde o nível de risco envolvido é maior, com alto nível técnico e compromisso com a atividade, acarretando a possibilidade de risco de morte (Gross & Sand, 2020; Muller & Cleaver, 2000; Stipanović et al., 2019). Na outra extremidade encontra-se o turismo de aventura “soft”, consistindo num conjunto de atividades onde o nível de risco é inferior, porém arriscadas na perspetiva do praticante (Gross & Sand, 2020; Muller & Cleaver, 2000).

Hudson, (2003), admite por sua vez que as viagens de aventura “soft” são tendencialmente realizadas por famílias quando comparadas com as viagens de aventura “hard”, que tendem a ser realizadas por grupos de amigos mostrando-se também mais dispendiosas e abrangendo um segmento mais reduzido (UNWTO, 2014).

Apesar das denominações “soft” e “hard” serem, tal como verificado anteriormente, bastante subjetivas pelo facto de cada indivíduo percecionar uma determinada atividade de forma diferente, (UNWTO, 2014), a Adventure Travel Trade Association agrupa, nas respetivas classificações, as atividades pelo tipo de aventura como representado na Tabela 1.

**Quadro 3:** Tipologia das Atividades de Aventura

<b>Aventuras “Soft”</b>		<b>Aventuras “Hard”</b>
Expedições Arqueológicas	Desportos Motorizados	Espeleologia
Caminhada com Mochila	Orientação	Escalada (montanha/rocha/gelo)
Birdwatching	Rafting	Heli-Ski
Acampar	Expedições Científicas	Kitesurf
Canoagem	Safaris	Parapente
Passeio de Bicicleta	Sandboard	Trekking
Eco-turismo	Vela	
Atividades ambientais sustentáveis	Mergulho	
Pesca	Snorkelling	
Caminhada	Snowboard	
Passeio a Cavalo	Surf	
Caça	Turismo de Voluntariado	
Passeio de Kayak (mar/rio)		

**Fonte:** ATTA, (2013)

### **2.3.1. Perfil do Turista de Aventura**

De acordo com o relatório apresentado pela ATTA (2022), o turismo de aventura mostra um equilíbrio no género dos seus participantes, com 51% pertencente ao sexo feminino e 45% ao sexo masculino (4% não discriminado). Dentro deste grupo de turistas, é apresentada uma predominância de idades superiores a 40 anos (56%), onde apenas 8% correspondem a turistas com idades inferiores a 29 anos. Dependendo da zona do planeta, as viagens de aventura são realizadas de várias formas, no entanto, a média mundial aponta para uma tendência para as viagens a dois (casais) com 38%, seguidas das viagens em grupo (23%), a solo (20%) e em família com crianças (19%). Num estudo anterior, a ATTA (2013), faz ainda referência ao nível de ensino dos turistas de aventura, apontando

para 37% desta população com um nível académico igual ou superior à licenciatura. Em relação aos ganhos anuais, os dados indicam que os turistas de aventura têm um proveito de 46 800 dólares americanos anuais.

Tendo em conta as características inerentes ao turismo de aventura, nomeadamente o contacto com a natureza, descoberta de culturas diferentes e prática de atividade física, as motivações que levam os turistas a optar por este tipo de atividade refletem-se nesses mesmos atributos. Os motivos são bastante variados de pessoa para pessoa, contudo, são sublinhados pela literatura o escapismo à rotina do dia-a-dia, apreciação da natureza, desenvolvimento intelectual, superação, desafio das próprias capacidades, relaxamento e descoberta de novas culturas (Albayrak & Caber, 2018; ATTA, 2013; Giddy & Webb, 2018; Jin et al., 2019; UNWTO, 2014).

De facto, na escolha do destino turístico, os turistas de aventura colocam como características mais importantes a beleza natural do mesmo, as atividades a serem desenvolvidas no destino e o clima do mesmo (UNWTO, 2014). Trata-se de um grupo que tende a preferir viajar para fora do país, com vista à abstração da rotina e dos problemas do dia-a-dia. A planificação da viagem tende a ser realizada via online e, apesar de se tratar de um grupo com maior aderência a serviços turísticos, como guias e operadores turísticos, comparativamente com a generalidade dos turistas, a maioria prefere explorar o destino de forma autónoma (Jin et al., 2019; UNWTO, 2014).

## 2.4. Impacto do Turismo

Como todas as atividades e ações humanas, o Turismo também acarreta uma série de impactos. Nos últimos anos, a influência do turismo na sociedade tem vindo a ser cada vez mais abordada, realçando 3 grandes níveis onde os efeitos são mais notórios, nomeadamente, nível sociocultural, ambiental e económico. De facto, o turismo é hoje visto como um potencial económico de vários países no mundo (UNWTO, 2021). Vários autores mencionam esta característica e o facto de se tratar de um importante mercado de exportação que gere receitas nos destinos, aumenta o poder económico dos mesmos, cria negócios e novas oportunidades e estimula a circulação de dinheiro (Baral & Rijal, 2022; Guo, 2022; Prasad & Kumar, 2022). Com base nisto, impactos sociais e culturais estarão também inerentes, como o aumento da qualidade de vida dos residentes do destino turístico, derivado dos benefícios económicos do turismo, contacto com novas realidades e culturas, promoção e conseqüente dinamização de produtos e recursos locais, valorização da cultura local e estimulação da educação (Baral & Rijal, 2022; Guo, 2022; Rezaei, 2017; Zhang, 2023). Contudo, impactos negativos ao nível sociocultural são também observados, como desigualdades entre a população que beneficia diretamente do turismo e a que ocupa tarefas externas a este, perda de identidade, abandono de tarefas locais e tradicionais e aumento do custo de vida tornando-se muitas vezes insuportável para a população local (Lim et al., 2023; Woosnam & Ribeiro, 2023; Zhang, 2023). Finalmente, ao nível ambiental, o turismo acarreta também impactos que facilmente variam de positivos para negativos, mediante as atividades realizadas e comportamentos adotados. Nomeadamente a poluição, destruição de recursos naturais, perturbação de habitats e erosão enquanto impactos negativos e a promoção de comportamentos sustentáveis, sensibilização para a proteção ambiental e manutenção de recursos naturais enquanto impactos positivos (Baral & Rijal, 2022; Guo, 2022; Zhong et al., 2011).

Yayla et al. (2023), aponta para a importância dos impactos do turismo na população residente, afirmando que impactos positivos promovem um maior envolvimento e satisfação da população local face a esta atividade económica. Este compromisso por parte da população é essencial para uma maior interação entre os turistas e a cultura local, enriquecendo a experiência oferecida e fomentando a sustentabilidade do destino. Almeida e Araújo (2017), acrescentam também a necessidade de programar atividades turísticas com vista à mitigação dos possíveis impactos negativos das mesmas de modo que estas sejam “rentáveis social e economicamente” (Almeida & Araújo, 2017, p. 58).

### **2.4.1. Turismo de nichos**

Os impactos mencionados anteriormente refletem-se principalmente no turismo de massas, contudo, o turismo de nichos apresenta-se como um potencial positivo para o turismo na medida em que confere atributos benéficos para os destinos. Adriana (2019), descreve os turistas de nichos enquanto consumidores mais educados e dispostos a gastar mais em experiências que lhe sejam enriquecedoras a vários níveis. Uma das vantagens passa por possibilitar a geração de receitas com um número mais reduzido de turistas, minimizando possíveis impactos derivados de uma elevada afluência turística. Os impactos deste tipo de turismo refletem-se principalmente ao nível ambiental, não só derivado do público mais reduzido que apresenta, diminuindo os impactos negativos provenientes do turismo de massas, mas também pelo carácter associado à sustentabilidade por parte de vários nichos e a um público mais consciente (Bunghez, 2021; Lincă et al., 2013) como o ecoturismo, turismo de natureza, entre outros.

Bunghez (2021), afirma que o turismo de nichos poderá ser uma boa opção na redução dos impactos negativos do turismo e na sua imagem. A inserção desta tipologia de turismo permite oferecer atividades específicas e individualizadas a determinados grupos, promovendo a satisfação dos turistas e conferindo pontos positivos inerentes às mesmas no turismo de massas. Para além disto, o facto de se lidar com experiências enriquecedoras e memoráveis, existe também um maior impacto emocional por parte dos turistas, conferindo maior suscetibilidade à partilha e promoção do destino (Adriana, 2019; Almeida & Araújo, 2017).

### **2.4.2. Impacto do Turismo de Natureza**

Durante o período de pandemia, o turismo de natureza ganhou destaque e relevância em destinos com riqueza natural face a outras formas de turismo, como o turismo de cidade em destinos de cidade (Clissold et al., 2022; Hardt & Glückstad, 2024). Apesar de facilmente associado a uma vertente do turismo responsável a nível ambiental e de impactos negativos reduzidos, pela sua ligação e contacto com a natureza (ICNF, n.d.), não significa diretamente que estejamos perante uma forma de turismo sustentável. Knowles (2019), defende isso mesmo, referindo que o turismo de natureza consiste num produto turístico e numa forma de promoção de um ramo específico do turismo, enquanto o turismo sustentável foca-se na preservação e conservação de um conjunto de elementos ambientais, sociais e económicos que poderão estar ou não salvaguardados nas atividades do turismo de natureza.

Independentemente de se tratar de uma forma de turismo sustentável ou não mediante o modo como é aplicado, o turismo de natureza apresenta uma série de evidências no que toca ao seu impacto na saúde e bem-estar mental dos turistas (Buckley, 2020, 2023; Clissold et al., 2022). O contacto com a natureza tende a impelir um sentimento de tranquilidade e bem-estar aos turistas (Buckley, 2020), mas também fomenta um estado de superação, descoberta e conquista quando enquadrado de forma conjunta com atividades dinâmicas como o turismo de aventura (Buckley, 2020; Clissold et al., 2022). Clissold et al. (2022) e Buckley (2023), defendem ainda que o turismo de natureza poderá ser apresentado e promovido enquanto turismo de bem-estar, mostrando um potencial para terapias na natureza e outros produtos inovadores. Da mesma forma, Buckley (2020), acredita também que o turismo de aventura, pela sua componente de natureza e atividades desportivas, poderá ser utilizado enquanto meio de auxílio e encaminhamento para a recuperação de depressões, bem-estar psicológico e fortalecimento da saúde mental dos turistas.

O turismo de natureza tende ainda a apresentar impactos negativos mais reduzidos quando são valorizados os recursos naturais existentes dos quais estão dependentes, como acontece no turismo de aventura (Knowles, 2019). Ao valorizar os recursos naturais enquanto atração principal, existe uma propensão à sua proteção, não apenas pelos destinos, mas também pelos turistas que visitam, aplicando-se o mesmo nos recursos sociais e culturais presentes, por exemplo, no turismo de aventura, impactando positivamente nos destinos e promovendo a sua sustentabilidade (Buckley, 2023; Knowles, 2019).



## 2.5. Turismo e “Green Transition”

O aumento do consumo de recursos naturais tem-se vindo a agravar e hoje, o termo “sustentabilidade” atingiu uma relevância bastante significativa em todas as ações que desenvolvemos. Tornou-se imperativo controlar e contrariar as alterações climáticas e a degradação do planeta que advém deste consumo excessivo de recursos. Neste sentido, a União Europeia introduziu o “European Green Deal” (European Commission, n.d.-a), que se traduz numa estratégia constituída por um conjunto de medidas e ações a tomar pelos países aderentes que visa à redução de emissões de carbono para a atmosfera, promoção de indústrias sustentáveis e de economias circulares (European Commission, n.d.; European Commission, n.d.-a)

A União Europeia compromete-se a tornar a Europa o primeiro continente a atingir a neutralidade carbónica até 2050, tornando-o mais competitivo, moderno e eficiente para os desafios que se avizinham (European Commission, n.d.-b). Objetivos como a transição para transportes sustentáveis, mercados e indústrias mais responsáveis com empregos locais, bem-pagos e sustentáveis, sistemas energéticos renováveis e inserção e renovação da natureza são alguns exemplos do que caracteriza a “Green Transition” promovendo economias com baixas emissões de carbono, circulares e promotoras da biodiversidade (Mundaca & Markandya, 2016; Ringel et al., 2016). Nesta transição, encontra-se também o setor do turismo que, de acordo com Lenzen et al. (2018), foi responsável por 8% das emissões de gases com efeito de estufa em 2013 e que apresenta uma tendência no aumento destas emissões acompanhando também o crescimento do setor (UNWTO, 2019, 2021).

O Turismo, enquanto indústria em expansão, apresenta um papel fundamental na economia global. No entanto, o turismo convencional pode e tem levantado problemas de gasto excessivo de recursos, poluição, superlotação e degradação de ecossistemas (Higginbottom et al., 2003; Postma & Schmuecker, 2017a, 2017b). É aqui que entra a “green transition” no setor do turismo com o intuito de mitigar estes impactos e encontrar alternativas sustentáveis. O turismo de aventura, por sua vez, tende a focar-se em atividades ligadas à natureza e que dependem desta. Apesar de também este ramo do turismo apresentar impactos nos destinos (Mohd Shariff, 2022; Silori, 2004), cada vez mais empresas na área e os próprios destinos são incentivados e educados a adotar medidas e abordagens responsáveis que fomentam os benefícios do turismo de aventura para o planeta e sociedade como a proteção ambiental e de ecossistemas, redução de emissões de carbono, educação e sensibilização ambiental dos turistas e aumento da componente social e cultural de um turismo sustentável (Milićević et al., 2021; Sand & Gross, 2019).

A transição para um turismo mais verde e sustentável passa pela adoção de decisões e ações mais responsáveis. O turismo de aventura, tendo em conta as suas características, poderá ser visto como uma alternativa vantajosa e benéfica ao turismo convencional, quando realizado de forma consciente (Beames et al., 2022; Gross & Sand, 2020; Knowles, 2019; Lötter & Welthagen, 2020; Mullins, 2014; Sand & Gross, 2019). Esta relação entre o turismo, turismo de aventura e “green transition” não está isenta de desafios, como o equilíbrio entre conservação e acesso de áreas naturais, impactos ambientais e infraestruturas de apoio (Albayrak & Caber, 2016; Bunghez, 2021; Mohd Shariff, 2022; Oh et al., 2019; Prasad & Kumar, 2022; Silori, 2004). Mas também oferece oportunidades para produtos inovadores, novos modelos de negócio, educação e consciencialização ambiental que levem a um futuro onde o turismo e a natureza coexistam de forma harmoniosa (European Commission, n.d.; Mações, 2019).



### **3. METODOLOGIA**

O presente capítulo descreve os objetivos de estudo, tendo em conta a revisão da literatura realizada, e respetiva metodologia a ser utilizada.

#### **3.1. Objetivo do Estudo**

A realização de um estudo científico carece da definição de uma estratégia coesa e eficaz que garanta o seguimento de uma linha de pensamento constante. Para tal, é necessário definir, de forma clara e precisa, os objetivos de estudo que servirão de orientadores no trabalho realizado (Muka et al., 2020).

A revisão da literatura realizada mostra a importância do turismo no mundo e os impactos que este acarreta. Enquanto setor bastante abrangente, o turismo pode ser subdividido em várias categorias com características e valores bastante específicos. Categorias como o turismo de aventura onde o contacto com a natureza, a presença de atividades físicas e a descoberta de novas culturas são a base desta forma de turismo. É notório que o seu crescimento e aderência tem vindo a aumentar, constituindo uma oferta turística em vários destinos em todo o mundo. Tendo em conta os seus atributos e presença, torna-se pertinente compreender de que forma o turismo de aventura poderá impactar no turismo mundial e nos destinos.

Posto isto, foi definido um objetivo geral: Compreender quais os impactos do turismo de aventura; seguido de 3 objetivos específicos:

- Identificar quais os impactos do turismo de aventura nos destinos turísticos;
- Compreender se o turismo de aventura contribui para a sustentabilidade do turismo;
- Compreender se o turismo de aventura contribui para a satisfação e bem-estar dos turistas

#### **3.2. Revisão Sistemática da Literatura**

A revisão sistemática da literatura consiste numa metodologia de investigação científica que procura explorar todo um conjunto de literatura existente relacionada com uma questão de investigação específica, expondo o seu panorama atual e refletindo sobre o mesmo (Moher et al., 2009; Pickering & Byrne, 2014).

Pickering & Byrne (2014), categorizam a aplicação da revisão da literatura enquanto meta-análise, revisão narrativa e revisão sistemática cujas diferenças estão representadas no quadro 4.

**Quadro 4:** Revisão da Literatura

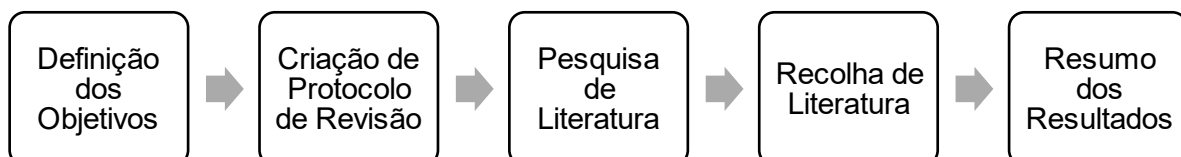
<b>REVISÃO DA LITERATURA</b>		
<b>Meta-Análise</b>	<b>Revisão Sistemática</b>	<b>Revisão Narrativa</b>
- Processos estatísticos complexos; - Conclusões específicas; - Análise de estudos primários; - Amostra exaustiva de literatura	- Métodos de recolha de literatura específicos e reproduzíveis; - Análise de amostra heterogénea; - Amostra considerável de literatura	- Métodos de recolha de artigos simples; - Interpretação subjetiva dos autores; - Conclusões abrangentes; - Amostra mais reduzida de literatura.

**Fonte:** Criação Própria

Tendo em conta o aumento da investigação na área do turismo de aventura (Gross & Sand, 2020), optou-se pela adoção de uma revisão sistemática da literatura que visa à recolha e análise de artigos científicos, com a aplicação de um processo específico representado da figura 3 e que, segundo Pickering e Byrne (2014), é a metodologia ideal para estudos introdutórios nas áreas em crescimento, como é o turismo de aventura e apresenta uma série de vantagens como (Moher et al., 2009; Picamilho et al., 2021; ten Ham-Baloyi & Jordan, 2016; Yang et al., 2017):

- Utilização de métodos específicos que limitam a distorção e identificação de resultados;
- Eficiência no processo;
- Eficiência na gestão do tempo;
- Utilização de grandes quantidades de informação;
- Conclusões mais precisas e confiáveis;
- Possibilidade de publicação.

**Figura 3:** Processo de Revisão Sistemática da Literatura



**Fonte:** Adaptado de Yang et al. (2017)

### 3.3. Processo

Para a realização da revisão sistemática da literatura, foram seguidas as cinco etapas definidas por Pickering e Byrne (2014) e adaptadas por Yang et al. (2017), (Figura 3). A primeira etapa diz respeito à identificação dos objetivos de estudo já mencionados anteriormente. Com base nestes objetivos, procedeu-se à criação de um protocolo que serve de guia para a realização da pesquisa científica e que define os descritores de pesquisa, as bases de dados a utilizar e os critérios de pesquisa. Foram também seguidas as indicações presentes na declaração PRISMA (Page et al., 2021).

Os descritores utilizados para obtenção de literatura tiveram como base uma revisão anterior (Bogan et al., 2017; Hardiman & Burgin, 2011) e interpretação do autor, procurando identificar toda a literatura relevante para os objetivos em questão, mas sem divagar para áreas com menor interesse e extensivas ao tema (Pickering & Byrne, 2014). Foi também realizado um processo de tentativa e erro (Pickering & Byrne, 2014), de modo a atingir as palavras-chave de pesquisa ideias e que incidissem nos objetivos pretendidos, resultando nos descritores “adventure tourism” ou “adventure recreation” em conjunto com “impact”, “sustainable tourism”, “well-being”, “tourist satisfaction”, “retention” e “loyalty”.

Foram selecionadas duas bases de dados eletrônicas, “Scopus” e “Web of Science”, constituídas por revistas indexadas, promotoras de dados de qualidade e confiança e reconhecidas pela sua seleção criteriosa do seu conteúdo, tratando-se de duas bases de dados líderes na área da investigação científica.

Para a recolha da literatura, optou-se, enquanto critérios de inclusão, pela seleção de artigos científicos em revistas indexadas, publicados em língua inglesa ou portuguesa, sem qualquer tipo de limitação temporal e relacionados com os impactos do turismo de natureza. Para tal, foram utilizados filtros adicionais presentes nas duas bases de dados utilizadas e que possibilitam a limitação dos critérios referidos.

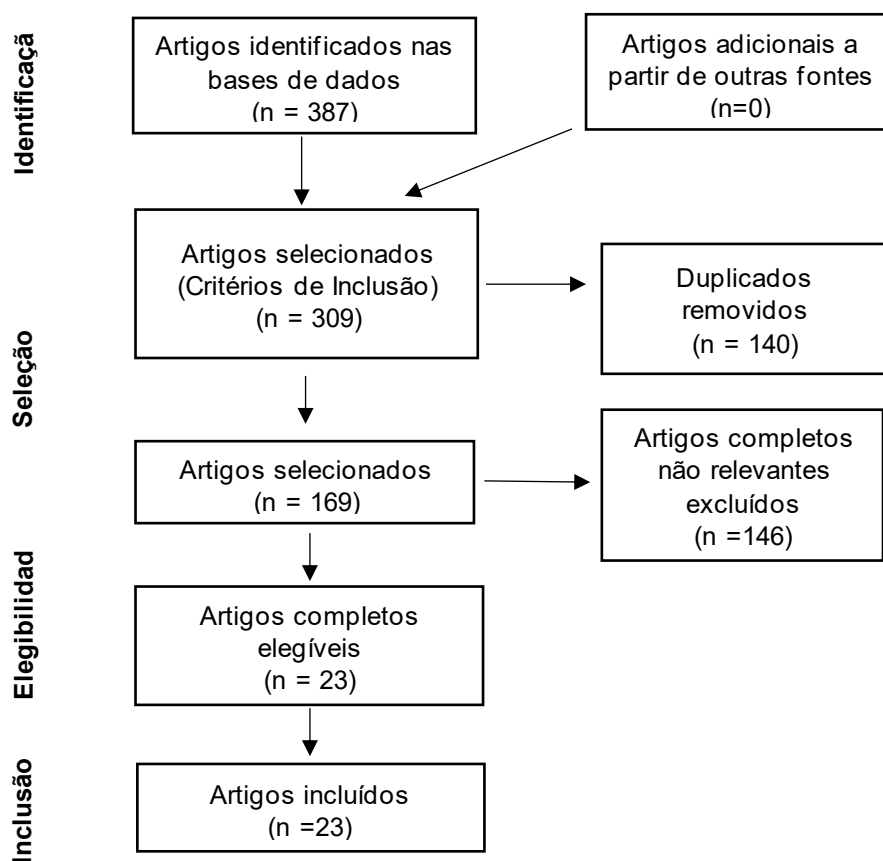
No mês de dezembro de 2022, procedeu-se à recolha de toda a literatura, das bases de dados assinaladas, que apresentasse os descritores definidos e respetivas combinações no seu título, resumo ou palavras-chave, resultando num total de 387 artigos. Após aplicação dos filtros correspondentes aos critérios de inclusão, obteve-se um total de 309 artigos. Foram removidos os artigos duplicados, resultando em 169 artigos selecionados para leitura e análise da sua pertinência.

Nesta fase, foi realizada uma revisão manual do conteúdo dos artigos a fim de verificar a sua pertinência para o estudo e excluindo todos aqueles que não abordavam a

problemática em estudo relativa aos impactos do turismo de aventura para os destinos turísticos e para os turistas.

Por se tratar de um termo bastante abrangente, o descritor “impact” surgiu em variados contextos que nem sempre abordavam o turismo de aventura e os seus impactos. Por exemplo, Bhattarai et al. (2005) apresenta no seu resumo e palavras-chave o descritor “adventure tourism” em conjunto com o descritor “impact” no resumo, contudo é abordada uma temática totalmente díspar da pretendida. Após uma análise do conteúdo do mesmo, optou-se por excluir o respetivo artigo. Evans (1997), é também outro exemplo que inclui os descritores “adventure tourism” e “sustainable tourism”, contudo após análise do conteúdo do artigo, apercebe-se que é realizada uma abordagem ao turismo de uma forma geral, sem incidência na categoria do turismo de aventura, apesar de presente no artigo. Neste caso e à semelhança de outros artigos analisados, excluiu-se do estudo.

**Figura 4:** Fluxograma PRISMA



**Fonte:** Adaptado de Moher et al., (2009)

Como resultado, obteve-se um total de 23 artigos elegíveis que, segundo Pickering e Byrne (2014), é considerado um número adequado para a realização de uma revisão sistemática da literatura. Na figura 4 é representado o fluxograma que ilustra o processo de aquisição dos artigos selecionados.

Foram criadas tabelas (Apêndices) com a indicação dos artigos incluídos e respetiva descrição do ano de publicação, autores, título, revista científica, localização da aplicação do estudo, modalidade, métodos utilizados e principais conclusões.

Página propositadamente deixada em branco

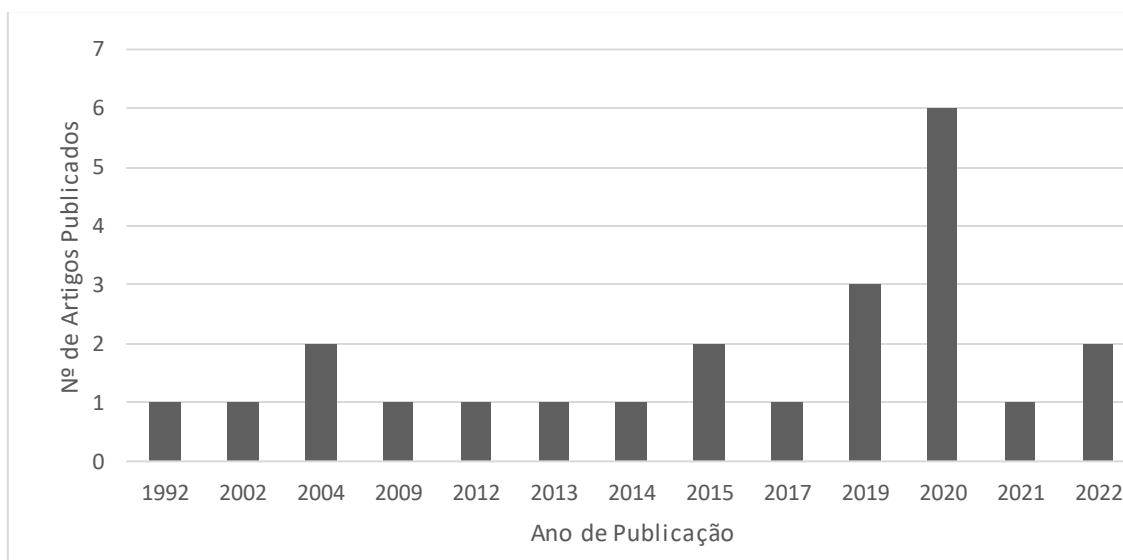
## 4. RESULTADOS

Neste capítulo, procedeu-se à apresentação dos resultados obtidos com base na revisão sistemática da literatura realizada. É primeiramente apresentada uma caracterização dos artigos obtidos seguida da análise do seu conteúdo e respetivos resultados.

### 4.1. Caracterização da Literatura

Os artigos obtidos foram lançados entre os anos de 1992 e 2022, registando um maior volume de publicações em 2020 ( $n=6$ ). Na Figura 5 é possível observar um crescimento do número de publicações num período mais recente relativas ao impacto da aventura no turismo, acompanhando a evolução e crescimento das atividades de turismo de aventura (Ponte et al., 2018; Sand & Gross, 2019). Só no período de 2019 até à atualidade, o número de publicações equivale a mais de 50% do total de publicações feitas na área de estudo.

**Figura 5:** Ano de Publicação



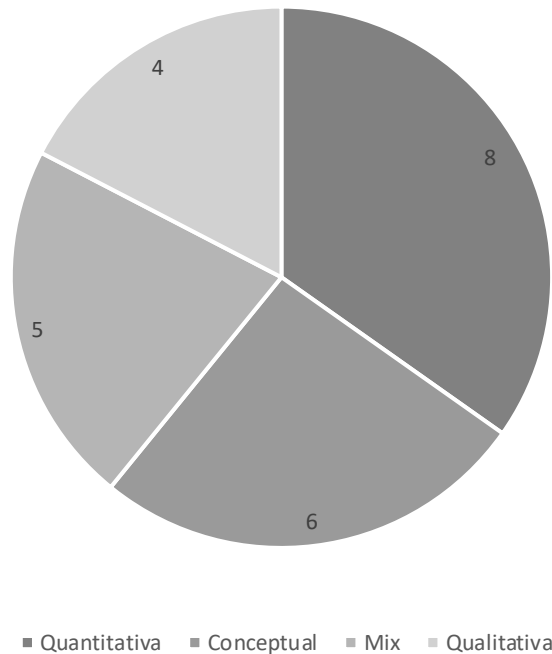
**Fonte:** Criação própria

A utilização de métodos quantitativos foi predominante com 50% dos artigos a utilizarem esta metodologia, 33% uso exclusivo e 17% em combinação com outras metodologias (Mix) (Figura 6). A utilização de questionários prevaleceu enquanto ferramenta utilizada nos artigos de natureza quantitativa tal como as entrevistas semiestruturadas nos artigos de natureza qualitativa.

Os países onde foram aplicadas estas metodologias incluíram a França ( $n=1$ ), Roménia ( $n=1$ ), Tailândia ( $n=1$ ), África do Sul ( $n=2$ ), Estados Unidos da América ( $n=2$ ), Sérvia ( $n=2$ ), Nepal ( $n=3$ ) e Índia ( $n=4$ ). Os restantes artigos foram elaborados sem foco numa região em específico ( $n=7$ ). Para a recolha de informação, a maioria dos autores optou por realizar

a sua investigação de forma abrangente, englobando várias atividades de aventura para estudo (n=7) ou mencionando o grupo de “atividades de aventura” de forma extensiva (n=7). Porém, dos artigos que procuraram realizar a sua investigação com foco numa atividade em específico, as atividades de montanha prevaleceram com o mountain bike (n=2), montanhismo (n=3), escalada (n=1) e trekking (n=1).

**Figura 6: Metodologias**



Fonte: Criação própria

#### 4.2. Impactos do Turismo de Aventura

A amostra dos artigos obtidos refletiu um conjunto de tipologias do impacto das atividades de aventura na região onde são desenvolvidas, na comunidade e no turismo em geral. Na Tabela 2 são identificadas essas mesmas tipologias e respetiva correspondência ao número de artigos onde estão inerentes. Os impactos económicos deste tipo de atividades foram largamente os mais mencionados (62,5%), englobando aspetos como o aumento do número de receitas, aumento dos níveis de empregabilidade, desenvolvimento rural, seguido pelos impactos ambientais (54,2%) que, tratando-se maioritariamente de atividades desenvolvidas ao ar livre e que requerem contacto com a natureza, identificaram situações em que a alteração da paisagem, interferência com a fauna e flora e erosão dos solos são alguns exemplos. Impactos culturais e sociais (33,3%) refletiram as alterações e influências do turismo de aventura da comunidade local, tradições, costumes e estilos de

vida. Finalmente, a referência a impactos no bem-estar do turista (16,7%) e impactos na satisfação do turista (8,3%) mencionaram alguns benefícios da prática de atividades de aventura para a saúde, derivado do contacto com a natureza e prática de atividade física, bem como na satisfação do turista pela vivência de experiências diferentes e únicas, resultando em maiores taxas de retenção.

No que toca ao impacto económico das atividades de aventura, a totalidade dos artigos recolhidos que mencionam este tópico admite que estes são de carácter positivo, contribuindo para o crescimento dos negócios locais e receitas geradas na região. O mesmo acontece com os artigos que fazem referência ao impacto no bem-estar e satisfação do turista, mencionado que as atividades de aventura, quando realizadas com qualidade e de forma profissional, transmitem experiências diferentes que geram satisfação face ao destino turístico e promovem a saúde e qualidade de vida dos turistas pela promoção da atividade física e contacto com ambientes naturais.

**Tabela 1:** Impacto da Aventura

<b>Impacto das Atividades de Aventura</b>	<b>Nº de Artigos</b>	<b>(%)</b>
Económico	15	62,5%
Ambiental	13	54,2%
Cultural e Social	8	33,3%
Bem-estar do Turista	4	16,7%
Satisfação do Turista	2	8,3%

*\*pode estar presente mais do que uma tipologia de impacto num único artigo*

Por outro lado, nos impactos ambientais, existe uma discrepância de opiniões entre os artigos que fazem referência a este tópico. Aspetos positivos, derivados da sensibilização e consciencialização ambiental por parte dos participantes das atividades de aventura, são um dos argumentos expostos (Serenari et al., 2012; Trišić et al., 2020). No entanto, aspetos negativos como a destruição da flora, alteração das paisagens, perturbação da vida animal e poluição são também mencionados por outros autores (Buckley, 2002; Silori, 2004). Esta diferença de posição relativa ao impacto ambiental das atividades de aventura pode ser entendida tendo em conta o formato das atividades em questão. Com base da literatura recolhida, os impactos positivos estão associados a atividades que procuram criar uma ligação entre os participantes e o meio envolvente e que estão presenciadas com guias

profissionais ao qual se dá a responsabilidade e papel de estimular nos participantes uma atitude responsável para com o ambiente (Hanna et al., 2019; Mullins, 2014; Serenari et al., 2012). Por outro lado, os impactos negativos associados a atividades de aventura são associados a comportamentos incorretos por parte dos participantes e a políticas governamentais da região desadequadas para a preservação dos espaços naturais (Hardiman & Burgin, 2013; Marcuta et al., 2020; Pickel-Chevalier, 2015).

Já nos artigos onde os impactos culturais e sociais são mencionados, estes tendem a ser negativos quando não é feita uma correta gestão que vise à cooperação entre os vários intervenientes locais. A procura turística de civilizações e culturas diferentes interfere ao longo do tempo com os próprios costumes da região. Esta noção da procura turística por parte das populações locais visa ao abandono da prática de tradições e costumes de modo cultural e natural para a obtenção de lucro e sustento. O resultado exprime-se, também, no abandono dos ofícios locais para profissões ligadas ao turismo, cujo rendimento é superior, originário da oferta de produtos e serviços a turistas com maior poder de compra do que a população local. A comercialização de produtos e serviços a valores insuportáveis pela população local cria desigualdades sociais que poderão ser combatidas com a criação de políticas que promovam valores de comunidade e cooperação. No estudo elaborado por Tirasattayapitak et al. (2015), é examinado um caso de sucesso onde habitantes de uma pequena vila na Tailândia criaram um estilo de turismo sustentável em que todos os intervenientes beneficiam com o turismo de forma semelhante por meio de um sistema de ligação entre os vários *stakeholders*, população e autoridades locais, garantindo o sucesso do desenvolvimento do turismo de aventura na região.

No que toca aos impactos sociais direcionados aos turistas das atividades de aventura, estes são descritos de forma positiva, derivado das “conexões sociais”, (Zwart & Hines, 2022), que contribuem para a diminuição do stress e saúde mental dos turistas (Hanna et al., 2019).

Da amostra de artigos obtidos, apercebe-se que o impacto negativo proveniente das atividades de aventura advém principalmente do modo como estas são geridas. Chakrabarty e Sadhukhan (2019), Khorommbi et al. (2012) e Sand e Gross (2019), afirmam que é necessário adequar o tipo de atividades a desenvolver consoante as características dos locais, com vista à minimização dos impactos por elas criados. Knowles (2019), avança com um exemplo da aplicação do turismo de mergulho e a sua promoção em locais sensíveis como recifes de corais, contribuindo para a educação e sensibilização da população para a riqueza do local e conseqüente proteção do mesmo.

De facto, a dinamização das atividades de aventura enquanto ação promotora da proteção ambiental e sensibilização das comunidades é um tópico bastante abordado na amostra de artigos recolhida. Vários autores defendem que, tal como mencionado anteriormente, o possível impacto negativo das atividades de aventura provém de uma má gestão por parte dos organismos responsáveis pelos locais de prática. Ao invés de proibir acessos, é preferível educar e criar uma consciência sustentável nos praticantes e comunidades locais (Mullins, 2014; Silori, 2004), permitindo usufruir das oportunidades geradas por estas atividades.

É ainda referido por vários autores como Hardiman e Burgin (2013) e Marcuta et al. (2020), o carácter local das empresas que desenvolvem as atividades de aventura. Esta característica possibilita a retenção de receitas turísticas no destino turístico e para a população local, combatendo o fluxo de rendimento gerado pela atividade turística e que não chega ao destino turístico.

Página propositadamente deixada em branco

## 5. DISCUSSÃO

Da amostra de artigos obtidos concluímos que a investigação acerca do impacto do turismo de aventura tem vindo a crescer nos últimos anos. Nesta secção, procuramos discutir os resultados alcançados, nomeadamente (a) a abrangência das atividades em estudo, (b) a importância das atividades de aventura para o turismo e comunidades locais e (c) a sustentabilidade do turismo de aventura, assim como conciliar com possíveis aplicações e relações, nomeadamente ao nível do marketing.

### 5.1. Abrangência das atividades

Apesar da distribuição geográfica da amostra percorrer vários países no mundo, observa-se uma tendência para os países próximos da cordilheira montanhosa dos Himalaias, nomeadamente Índia e Nepal. No seguimento destas localizações, as atividades de montanha são também as mais predominantes dentro da amostra obtida, principalmente atividades de aventura “hard” (ATTA, 2013), como escalada, trekking, montanhismo e mountain bike (Bailey & Hungenberg, 2020; Maroudas et al., 2004; Milićević et al., 2021; Vuren, 2022).

Porém, poucos artigos fazem referência a atividades de aventura “soft”, atividades que envolvem menor esforço e risco, com maior facilidade de acesso pela maioria dos turistas e que tendem a ser mais sustentáveis (Chakrabarty & Sadhukhan, 2019). Estes tipos de atividades mais acessíveis à população em geral e de fácil implementação em vários locais, pelo seu conjunto de características, são um investimento pertinente numa era pós-COVID, onde as motivações dos praticantes de atividades físicas passam pela manutenção da sua saúde mental e física, integração com outras pessoas, abstração da rotina do dia-a-dia e superarem-se a si próprios (Poczta et al., 2022). Observa-se uma tendência para associar o turismo de aventura a atividades com risco elevado e realizadas em locais inexplorados e mais reservados, deixando as atividades mais “simples” de parte. O turismo de aventura é referido pela Adventure Travel Trade Association, (ATTA, 2020), enquanto atividade turística que envolve no mínimo duas das seguintes características: atividade física, contacto com a natureza e imersão cultural. Dos artigos revistos, existe, portanto, uma tendência para a investigação do turismo de aventura no seu todo (com os três elementos constituintes presentes), contudo existirão atividades turísticas menos complexas e que englobam apenas duas destas características. Como exemplo, uma simples atividade de canoagem realizada por turistas nacionais, onde não existe uma diferença acentuada de culturas, poderá ter diferentes impactos no turismo e na população local quando

comparado com atividades realizadas no âmbito de turismo internacional (Nguyen et al., 2023; Obeidat, 2023). Esta limitação impede o estudo do turismo de aventura como um todo, pelo que, estamos cientes de que a inclusão de atividades soft permitirá compreender outro tipo de impactos (Mackenzie & Goodnow, 2020; UNWTO, 2014).

## **5.2. Importância das atividades de aventura**

Os artigos da revisão realizada apontam para um conjunto de impactos derivados do turismo de aventura e das atividades inerentes a este. O aumento das receitas e o desenvolvimento económico é um dos principais fatores assinalados (Wengel, 2020; Zurick, 1992). Este desfecho acompanha aquilo que é um dos principais benefícios do turismo em vários destinos do mundo. No entanto, a amostra faz referência ao carácter local e à geração de receitas direcionadas para a comunidade do destino de aventura. O relatório da ATTA (2020), refere que, de facto, os turistas de aventura tendem a procurar aquilo que é a cultura e vida local. Esta procura promove os negócios locais e a retenção de receitas no destino. Félix et al. (2017) acrescenta ainda que a criação de uma oferta mais diversificada no destino contribui para o combate à sazonalidade, mencionando o turismo desportivo, no qual poderemos também incluir algumas atividades de aventura.

Os impactos sociais e culturais são mais notórios em regiões remotas, com uma cultura muito própria e menos desenvolvidas. O turismo de aventura, pelas suas características, procura muitas das vezes este tipo de destinos. A chegada de turistas de países desenvolvidos, com um poder de compra superior e em busca de experiências locais, promove o desenvolvimento de novos negócios associados ao turismo e consequente aumento da empregabilidade e do nível de vida da população (Bott, 2009; Maroudas et al., 2004; Trišić et al., 2020). No entanto, como refere Maroudas et al. (2004) e Pickel-Chevalier (2015), estes benefícios poderão impactar de formas diferentes na população do destino, criando desigualdades sociais e interferindo naquilo que é a identidade e cultura local quando não exista uma adequada regulação destas atividades. Tratando-se de uma característica inerente à experiência turística, a população local, a sua cultura e identidade devem ser preservadas, assim como o relacionamento e satisfação dos residentes e com o turismo (Kim et al., 2023; Vada et al., 2023). O turismo de aventura, enquanto atividade direcionada para os negócios locais, tende a atribuir benefícios e proveitos à população local. Estas vantagens em conjunto com a possibilidade de participação ativa por parte dos residentes e *stakeholders* nas decisões e ações no destino contribuem para a satisfação dos mesmos, resultando numa maior aceitação e acolhimento dos turistas tendo como

consequência uma experiência turística mais rica, positiva e atrativa (Kim et al., 2023; Ritpanitchajchaval et al., 2023).

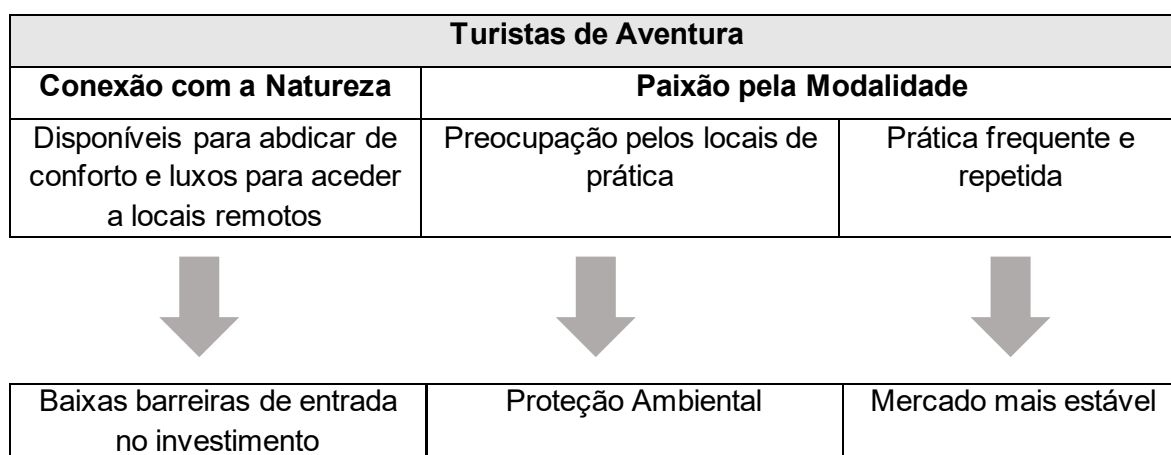
A sensibilização para a sustentabilidade ambiental e bem-estar dos turistas são também aspetos consequentes do turismo de aventura, mencionados pela amostra. O contacto próximo com o ambiente natural envolvente nas atividades realizadas promove a consciencialização, por parte dos seus praticantes, para as necessidades da preservação do mesmo (Mullins, 2014). Entende-se que o turismo de aventura promove também esta conservação ao permitir uma convivência mais próxima, por meio de experiências únicas, destes locais. Os guias turísticos e de aventura são descritos enquanto agentes essenciais nesta sensibilização e na educação ambiental dos turistas (Serenari et al., 2012). Fredman e Margaryan (2021), defendem que deve ser dada importância à formação de guias no âmbito da proteção e educação ambiental de igual forma que é dada à gestão do risco, gestão de atividades e outras valências presentes deste tipo de formações. Esta proximidade e ligação criada entre o turista e o ambiente é também visto não apenas enquanto promotor da sua manutenção e proteção, mas também enquanto facilitador da saúde mental e física, fomentando a satisfação do turista no destino (Buckley, 2023; Lötter & Welthagen, 2020).

A amostra refere ainda a importância das atividades de aventura enquanto experiências diferenciadoras dos destinos, complementando a oferta turística e apoiando o combate à sazonalidade (Dzurov Vargová et al., 2020; Wengel, 2020). Estas atividades pouco usais e com risco inerente provocam nos seus participantes sentimentos e emoções fortes, que serão alvo de partilha, promovendo igualmente o destino (Su et al., 2020).

Finalmente, o turismo de aventura reflete-se enquanto potencial de investimento sustentável por parte dos destinos turísticos que, segundo Knowles (2019), derivam de duas possibilidades:

- (1) A presença de fracas barreiras de entrada no desenvolvimento de elementos e infraestruturas para acolher os turistas de aventura que, por se mostrarem mais interessados em se conectarem com o local e estarem disponíveis a sacrificar luxos e recursos, desvaloriza a criação de grandes empreendimentos turísticos e facilita o desenvolvimento rural;
- (2) Os turistas de aventura tendem a apresentar níveis elevados de proximidade e paixão pelas modalidades, resultando, por um lado, na proteção dos seus locais de prática (natureza) e, por outro, na presença de um mercado mais estável pela repetição e retorno destes turistas para usufruírem da sua modalidade.

**Tabela 2:** Potencial de Investimento Turismo de Aventura



### 5.3. Sustentabilidade

Independentemente dos benefícios que poderão advir das atividades de aventura para os turistas, comunidades locais e ambiente, o oposto poderá também ocorrer. A amostra salientou que o sucesso do turismo de aventura e a garantia da sua sustentabilidade dependerá da forma como este é gerido e proporcionado aos turistas. Problemas como a desigualdade social, perda de identidade do destino e destruição de ambientes naturais poderão ser algumas das consequências. Os artigos obtidos referem a importância de criar uma rede de parceiros, autoridades e *stakeholders* que permitam uma maior cooperação entre todos e o fortalecimento da comunidade local. Os resultados obtidos no estudo de Linderová et al. (2021), apontam para a necessidade de escutar e valorizar os habitantes do destino turístico, com o intuito de diminuir os impactos negativos do desenvolvimento turístico na vida da população. É necessário desenvolver uma compreensão entre todos os *stakeholders* relativamente aquilo que consideram ser um destino sustentável e como é que este poderá ser operacionalizado nesse sentido (Albrecht et al., 2021). A valorização das necessidades e preocupações dos habitantes locais face ao desenvolvimento turístico garante um crescimento mais harmonioso do turismo e a sustentabilidade daquilo que é a cultura e características específicas do destino e que sustentam a imagem e experiência do mesmo. A cultura, a população e todo o envolvimento do destino são elementos fundamentais na experiência turística de aventura e são estes que garantem atividades de qualidade propícias a satisfazer os turistas e conseqüente futuro retorno ao destino (Tapar et al., 2017). Esta cadeia deve ser protegida, garantindo a sua continuação no tempo.

A adoção e promoção de atividades que promovam a proteção e sensibilização ambiental é fundamental para o crescimento do turismo, setor profissional atualmente considerado um dos principais contribuidores de efeitos negativos para o ambiente (Laroche et al., 2023;

Simo-Kengne, 2022). As atividades de aventura, dada as suas características, mostram um papel importante na proteção e sensibilização ambiental, contribuindo para um turismo mais consciente. É essencial direcionar o turismo de aventura nesse sentido e fomentar a investigação para a implementação destas atividades nos destinos turísticos por todo o mundo. A Agenda de 2030 para o Desenvolvimento Sustentável e os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável definidos pelas Nações Unidas (United Nations, 2015), assumem também o setor do turismo enquanto área fundamental para a execução dos objetivos estipulados (Figura 7). Os objetivos 8, 12 e 14 são aqueles onde é dada maior relevância ao setor do turismo (United Nations, 2015) e onde a categoria do turismo de aventura poderá ter uma contribuição significativa e ainda acrescentar uma colaboração nos objetivos 3 e 15. Deste modo, o turismo de aventura terá a capacidade de (objetivo 3) promover estilos de vida saudáveis e o bem-estar por meio de atividades desportivas e ao ar livre; (objetivo 8) contribuir para o crescimento económico dos destinos e da população local; (objetivo 12) estimular o consumo de produtos locais de forma responsável; (objetivo 14 e 15) usufruir dos recursos naturais de forma responsável e consciente de modo a garantir a sua sustentabilidade.

**Figura 7:** Objetivos de Desenvolvimento Sustentável



**Fonte:** United Nations (n.d.)

#### 5.4. Turismo de Aventura e Marketing

Como último ponto desta discussão, é feita uma reflexão do conteúdo explorado nos artigos revistos e a sua ligação ao marketing. Entende-se que a mitigação dos impactos negativos

assinalados pela amostra e respectivas causas poderão relacionar-se com a adequada aplicação do marketing interno e marketing sustentável, do mesmo modo que as características intrínsecas ao turismo de aventura poderão representar trunfos para a promoção dos destinos.

Anaya e Lehto (2023), abordam, enquanto momentos memoráveis pelos turistas quatro grupos: Momentos Cinemáticos, Momentos de Captação, Momentos Metacognitivos e Momentos de Aventura. Estes momentos memoráveis têm a particularidade de serem lembrados futuramente pelos turistas e de acrescentar valor à viagem realizada, tornando-a única e diferenciadora. Os momentos de aventura constituem uma parte bastante significativa do turismo de aventura, assim como os momentos de captação, através da apreciação de paisagens naturais e experiências visuais, carregando um importante contributo para a memorização e idealização do destino visitado. Por outro lado, a proximidade com a população e cultura local, estimulada pelo turismo de aventura, cria a sensação de pertença e conforto dos turistas no destino promovendo o seu regresso futuro (Vada et al., 2023). O turismo de aventura e as atividades a este inerentes poderão assim ser vistas enquanto facilitadores da promoção dos destinos e elementos a ter em conta da criação de conteúdos promocionais por parte dos destinos.

#### **5.4.1. Marketing Interno**

Como mencionado anteriormente no ponto 4.2., o turismo de aventura requer uma adequada gestão e envolvimento dos vários *stakeholders*, de modo a proporcionar benefícios ao invés de constrangimentos. Buckley (2002), Marcuta et al. (2020), Maroudas et al. (2004), Pickel-Chevalier (2015), Serenari et al. (2012) e Zurick (1992) são alguns dos autores que referem este assunto, abordando, de forma indireta, aquilo a que chamamos “Marketing Interno”. A satisfação e experiência vivida por parte de um turista relativamente aquilo que é o produto oferecido pelo destino, tenderá a aumentar mediante o entusiasmo e satisfação sentidos pelos vários intervenientes que operam e que contribuem para a experiência do destino (Melissen & Smit, 2020; Richardson, 2020). A participação, atualização e transferência de poder para a população local, empresas turísticas e outros intervenientes dos destinos de aventura é defendida por Tirasattayapitak et al. (2015) e Serenari et al. (2012) enquanto ações necessárias para a sustentabilidade do turismo na região. O turismo de aventura caracteriza-se, portanto, por um conjunto de produtos e serviços interligados, desde a cultura e população de um destino, às experiências e recursos naturais do mesmo. Richardson (2020), aponta para a importância de uma organização se focar não apenas na imagem e nos consumidores externos, mas também no seu marketing interno. O autor refere ainda a relevância de comportamentos e objetivos

semelhantes entre os vários participantes dentro da organização, de modo a emitir uma imagem coesa. Aplicado ao turismo de aventura e aos destinos de aventura, o marketing interno incentivará a um esforço conjunto e semelhante por parte dos vários *stakeholders*, promovendo a satisfação dos mesmos pela sua participação ativa e partilha dos seus problemas (Remondes, 2011). Deste modo, estaremos a contribuir para a diminuição de potenciais impactos negativos referidos anteriormente ao nível social e cultural nos destinos.

#### **5.4.2. Marketing Sustentável**

No mesmo seguimento, o marketing sustentável enquanto ferramenta de comunicação e criação de valor junto dos consumidores através de decisões que garantem a preservação dos recursos humanos, naturais e culturais (Richardson, 2020; van Dam & Apeldoorn, 1996), mostra-se não só uma necessidade, mas também uma oportunidade. As atividades de aventura, mediante uma adequada gestão, enquanto promotoras de negócios locais e retenção de receitas (Wengel, 2020), do contacto com a natureza e sensibilização para a sua proteção (Hanna et al., 2019; Trišić et al., 2020) e valorização das culturas e tradições locais (Marcuta et al., 2020), carregam elementos relevantes para a sustentabilidade do destino. A aplicação de um marketing sustentável promoverá os impactos positivos do turismo de aventura assim como as necessidades do mercado turístico e do planeta (Melissen & Smit, 2020). Gaudig et al. (2021), refere o tema “sustentabilidade” enquanto megatendência, ou seja, com impactos globais e duradouros que tendem a influenciar a sociedade, tratando-se de um tema comum e a ter em conta por parte das organizações e empresas. Não aderir a estas medidas de promoção da sustentabilidade deixou de ser uma opção e tornará as organizações menos competitivas e mais frágeis (Melissen & Smit, 2020). O turismo de aventura, pelas suas características, poderá assim representar um potencial para a promoção da sustentabilidade dos destinos turísticos, utilizando os seus valores e atividades enquanto guias da imagem do destino a ser transmitida.

Página propositadamente deixada em branco

## 6. CONCLUSÃO

Chegamos ao final da presente dissertação onde abordamos de forma resumida a resposta dada aos objetivos definidos inicialmente e os seus contributos para as organizações. São ainda identificadas algumas limitações ao estudo e recomendações para futuras linhas de investigação.

Inicialmente, o estudo contou com a aplicação de um objetivo principal: compreender quais os impactos do turismo de aventura, seguido por 3 objetivos secundários:

- Identificar quais os impactos do turismo de aventura nos destinos turísticos;
- Compreender se o turismo de aventura contribui para a sustentabilidade do turismo;
- Compreender se o turismo de aventura contribui para a satisfação e bem-estar dos turistas.

Todos os objetivos foram cumpridos através da realização de uma revisão sistemática da literatura. Para tal, foi feita uma recolha de artigos científicos em bases de dados de referência, que permitiu identificar e descrever impactos das atividades de aventura em diferentes contextos. Conclui-se que o turismo de aventura, tal como qualquer outra atividade, acarreta impactos positivos e negativos para a sociedade. Contudo, tendo em conta as suas características específicas, a adequada gestão e organização desta atividade será o principal determinante para alcançar os seus potenciais benéficos para o ambiente, para a população do destino e para o próprio turismo em si.

O turismo de aventura, potencia a valorização dos recursos naturais e o contacto com os mesmos o que, por um lado, fomenta a manutenção destes recursos e a sensibilização para a sua importância, por outro, em situação de aderência excessiva, poderá potenciar a sua degradação. O mesmo acontece com a população e cultura local. Tratando-se de um tipo de turismo maioritariamente realizado em destinos remotos e que funciona principalmente com pequenos negócios locais, o turismo de aventura promove uma maior retenção de receitas turísticas no destino e a valorização da sua cultura e população enquanto parte da experiência, contribuindo igualmente para o desenvolvimento da mesma. Mais uma vez, a adequada gestão destes fatores é essencial para garantir a sustentabilidades destas atividades, que se promove através da criação de redes entre *stakeholders* e da participação de todos os intervenientes, combatendo problemas como a perda de identidade, diferenças sociais e destruição de recursos naturais.

Uma das componentes do turismo de aventura é a imersão cultural. Garantir que a população e os vários *stakeholders* dos destinos turísticos estão satisfeitos e recetivos a este tipo de turismo é essencial para uma melhor experiência e relacionamento dos turistas

no destino. Neste sentido, os decisores políticos e governos locais devem manter-se atentos à inclusão da população nas decisões e ações tomadas no âmbito turístico e preocupar-se em promover a importância e benefícios que este trará às mesmas, tornando o destino mais coeso e competitivo. Do mesmo modo, deverá promover a valorizar o contacto entre as organizações promotoras deste tipo de turismo e a população local, facilitando uma maior aceitação da sua intervenção no destino.

Em suma, entende-se que o turismo de aventura acarreta uma série de valores e atividades turísticas com valências sustentáveis que poderão impactar de forma positiva nos destinos turísticos. O turismo de aventura é cada vez mais procurado e tende a satisfazer uma necessidade cada vez mais emergente no turismo mundial de contacto com a natureza e vivência de experiências memoráveis. Ainda assim, enquanto nicho de mercado, esta é uma atividade bastante sensível, estando dependente de condições ambientais e naturais, culturais e sociais. Uma das principais ameaças inerentes a este tipo de turismo passa pelo aumento de turistas interessados em participar em viagens de aventura dificultando o controlo das mesmas nos destinos e alterando a sua genuinidade. Deste modo, é imperativo, por um lado, educar os turistas e organizações e promover atividades responsáveis e conscientes. Por outro, a criação de redes dentro dos destinos turísticos entre os vários intervenientes destas atividades torna-se também essencial para melhor gerir e monitorizar ações realizadas e promover a participação e consequente satisfação de todos. Este será um rumo a tomar em direção a um turismo sustentável, aproveitando as várias valências que o turismo de aventura dispõe.

### **6.1. Implicações Práticas**

Para garantir o sucesso e competitividade de uma organização é necessário avaliar e monitorizar as suas ações, os seus produtos, as suas forças e fraquezas, as suas ameaças e oportunidades (Mações, 2019).

Esta dissertação pretende ser um contributo para o crescimento do turismo de aventura, destinos de aventura e empresas que atuam na área. Com a identificação dos impactos inerentes a estas atividades é possível prever e controlar de uma forma mais consciente as ações tomadas e as estratégias definidas de modo a alcançar um trajeto sustentável e vantajoso. Neste trabalho são abordados alguns pontos relevantes para uma adequada gestão do turismo de aventura, assim como a sinalização de benefícios e pontos positivos que poderão advir do mesmo. Nomeadamente a participação ativa da população e a criação de redes entre parceiros, organizações e população local para uma experiência turística mais rica e satisfatória para todas as partes. São sinalizados também alguns

elementos e características do turismo de aventura a ter em conta por parte dos decisores políticos e entidades turísticas no desenvolvimento de atividades de aventura, assim como vantagens da promoção e investimento desta categoria do turismo para a concretização de destinos mais sustentáveis.

Incluir experiências culturais, promover o contacto com a natureza e viver o destino de forma ativa são tendências emergentes disponibilizadas pelo turismo de aventura. Ter uma oferta neste sentido e compreender esta forma de turismo será cada vez mais uma vantagem a ter em conta por parte das organizações turísticas e a implementar nas estratégias de marketing das mesmas.

## **6.2. Limitações ao Estudo**

Apesar da existência de um vasto suporte de investigação científica realizada na área do turismo de aventura, este não deixa de ser um tópico emergente e ainda em expansão. Na recolha de artigos científicos, verificou-se uma tendência para o estudo de atividades e zonas semelhantes, como a atividade de montanhismo e locais como o Nepal. Esta centralização da investigação neste tipo de programa de turismo de aventura poderá representar uma limitação no que concerne ao estudo dos impactos desta forma de turismo, explorando apenas uma fração do que será a totalidade do Turismo de Aventura. Ainda assim, apesar de uma representação mais reduzida, foi também recolhida literatura inerente a outras atividades e locais inseridos no Turismo de Aventura, fortalecendo os resultados obtidos.

Outra limitação diz respeito à análise dos artigos recolhidos e respetiva aceitação ou exclusão por apenas uma pessoa, o autor da dissertação, comportando risco de viés mediante os valores e critérios pessoais de apenas um indivíduo. De modo a diminuir ao máximo possíveis tendências e interpretações incorretas, a análise dos artigos procurou ser feita de uma forma sustentada e imparcial com base em literatura existente.

## **6.3. Extensão ao Estudo**

Com a realização desta dissertação surgiram linhas de investigação possíveis de serem seguidas futuramente e que complementam o trabalho realizado.

Verifica-se que o turismo de aventura acarreta uma série de impactos para os destinos e para o próprio turismo. No que toca aos impactos económicos, tratando-se de uma das principais motivações para o investimento nos destinos por parte das empresas, autarquias e outras organizações, será pertinente explorar este tópico e compreender de forma, mais precisa e aprofundada, o turismo de aventura contribui para o crescimento económico dos

destinos. Neste sentido, poder-se-á investir nesta área com maior segurança e criar planos estratégicos assertivos para a implementação do turismo de aventura nos destinos.

Por outro lado, observou-se também o carácter promocional das atividades de aventura para a promoção do turismo nos destinos. Atividades, por norma radicais ou menos convencionais que carregam imagens e registos de momentos diferentes, únicos e com impacto para o público. Compreender de que forma os destinos turísticos beneficiam com a promoção de atividades deste tipo mostra-se também interessante para o desenvolvimento de planos de marketing e promoção dos destinos, criação de marcas turísticas e aumento do alcance da imagem dos mesmos.

Finalmente, será também pertinente abordar e relacionar a inteligência artificial com o turismo de aventura e compreender de que forma poderão ser interligados, com o intuito de promover os impactos positivos deste setor e mitigar os negativos. Nomeadamente, explorar tecnologias como a realidade virtual e o metaverso e a forma como poderão auxiliar atividades de aventura e melhorar a experiência dos turistas.

## REFERÊNCIAS

- Abbas, J., Mubeen, R., Iorember, P. T., Raza, S., & Mamirkulova, G. (2021). Exploring the impact of COVID-19 on tourism: transformational potential and implications for a sustainable recovery of the travel and leisure industry. *Current Research in Behavioral Sciences*, 2. <https://doi.org/10.1016/j.crbeha.2021.100033>
- Adriana, V. (2019). Tourism of the future - An on going challenge. *Studies in Business and Economics*, 14(3), 258–272. <https://doi.org/10.2478/sbe-2019-0058>
- Albayrak, T., & Caber, M. (2016). Destination attribute effects on rock climbing tourist satisfaction: an Asymmetric Impact-Performance Analysis. *Tourism Geographies*, 18(3), 280–296. <https://doi.org/10.1080/14616688.2016.1172663>
- Albayrak, T., & Caber, M. (2018). A motivation-based segmentation of holiday tourists participating in white-water rafting. *Journal of Destination Marketing and Management*, 9, 64–71. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2017.11.001>
- Albrecht, J. N., Haid, M., Finkler, W., & Heimerl, P. (2021). What's in a name? The meaning of sustainability to destination managers. *Journal of Sustainable Tourism*, 30(1), 32–51. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1868483>
- Almeida, P., & Araújo, S. (2017). *Introdução à Gestão de Animação Turística* (2ª Edição). Lidel, Lda.
- Anaya, G. J., & Lehto, X. (2023). 'Moments to be Had': Understanding The Experience of Memorable Tourism Moments. *Tourism Management*, 95. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2022.104674>
- APECATE. (n.d.). *O QUE É A ANIMAÇÃO TURÍSTICA*. Retrieved October 19, 2022, from <https://apecate.pt/animacao-turistica-2/>
- ATTA. (2013). *Adventure tourism market study 2013*. <https://cdn.adventuretravel.biz/docs/research/adventure-tourism-market-study-2013-web.pdf>
- ATTA. (2020). *Adventure tourism development index*. <https://learn.adventuretravel.biz/research/2020-adventure-tourism-development-index>
- ATTA. (2021). *Adventure travel overview & market sizing*. <https://learn.adventuretravel.biz/research/adventure-travel-overview-and-market-sizing>
- Bailey, A. W., & Hungenberg, E. (2020). Managing the rock-climbing economy: a case from Chattanooga. *Annals of Leisure Research*, 23(2), 165–183. <https://doi.org/10.1080/11745398.2018.1488146>
- Baral, R., & Rijal, D. P. (2022). Visitors' impacts on remote destinations: An evaluation of a Nepalese mountainous village with intense tourism activity. *Heliyon*, 8(8). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e10395>
- Beames, S., Mackenzie, S. H., & Raymond, E. (2022). How can we adventure sustainably? A systematized review of sustainability guidance for adventure tourism operators. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 50, 223–231. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2022.01.002>

- Bhattarai, K., Conway, D., & Shrestha, N. (2005). Tourism, terrorism and turmoil in Nepal. *Annals of Tourism Research*, 32(3), 669–688. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2004.08.007>
- Bogan, E., Constantin Oprea, D. M., & Dîrloman, G. (2017). The adventure tourism in the Brasov county: The attraction and retention of the tourists. *Quality - Access to Success*, 18, 73–80. [https://www.researchgate.net/publication/316959993\\_The\\_adventure\\_tourism\\_in\\_the\\_Brasov\\_county\\_The\\_attraction\\_and\\_retention\\_of\\_the\\_tourists](https://www.researchgate.net/publication/316959993_The_adventure_tourism_in_the_Brasov_county_The_attraction_and_retention_of_the_tourists)
- Bott, E. (2009). Big mountain, big name: Globalised relations of risk in himalayan mountaineering. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 7(4), 287–301. <https://doi.org/10.1080/14766820903521785>
- Buckley, R. (2002). Surf tourism and sustainable development in indo-pacific islands. I. The industry and the islands. *Journal of Sustainable Tourism*, 10(5), 405–424. <https://doi.org/10.1080/09669580208667176>
- Buckley, R. (2020). Nature tourism and mental health: parks, happiness, and causation. *Journal of Sustainable Tourism*, 28(9), 1409–1424. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1742725>
- Buckley, R. (2023). Tourism and Mental Health: Foundations, Frameworks, and Futures. *Journal of Travel Research*, 62(1), 3–20. <https://doi.org/10.1177/00472875221087669>
- Bunghez, C. L. (2021). The emerging trend of niche tourism: Impact analysis. *IBIMA Business Review*. <https://doi.org/10.5171/2021.134710>
- Chakrabarty, P., & Sadhukhan, S. K. (2019). Adventure tourism spectrum, environment and livelihood opportunities: A case study in southern singalila trekking corridor of Indo-Nepal border. *Geojournal of Tourism and Geosites*, 26(3), 1092–1104. <https://doi.org/10.30892/GTG.26331-419>
- Chavez, A., & Mesalles, L. (2001). *EL ANIMADOR*. Libreria Anticuaria Jerez.
- Chen, Z., Li, S., Wu, Q., Wu, Z., & Xin, S. (2022). The decision-making determinants of sport tourists: a meta-analysis. *Current Issues in Tourism*. <https://doi.org/10.1080/13683500.2022.2077175>
- Clissold, R., Westoby, R., McNamara, K. E., & Fleming, C. (2022). Wellbeing outcomes of nature tourism: Mt Barney Lodge. *Annals of Tourism Research Empirical Insights*, 3(2). <https://doi.org/10.1016/j.annale.2022.100077>
- Costa, C. (1996). *Towards the improvement of the efficiency and effectiveness of tourism planning and development at the regional level; planning, organisations and networks. The case of Portugal* [Tese de Doutoramento]. University of Surrey.
- Council of Europe. (2021). *Revised European Sports Charter*. <https://www.coe.int/en/web/sport/european-sports-charter>
- Decreto-Lei n.º 108/2009 de 15 de Maio, Diário da República, 1.ª, N.º 94 de 15 de Maio de 2009 (2009). <https://dre.pt/dre/detalhe/decreto-lei/108-2009-608703>
- Dzurov Vargová, T., Gallo, P., Švedová, M., Litavcová, E., & Košíková, M. (2020). Non-traditional forms of tourism in Slovakia as a concept of competitiveness. *Geojournal of Tourism and Geosites*, 30(2), 801–807. <https://doi.org/10.30892/gtg.302spl04-508>

- European Commission. (n.d.). *Green transition*. Retrieved July 20, 2023, from [https://reform-support.ec.europa.eu/what-we-do/green-transition\\_en](https://reform-support.ec.europa.eu/what-we-do/green-transition_en)
- European Commission. (n.d.-a). *A European Green Deal*. Retrieved August 8, 2023, from [https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip\\_19\\_6691](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_19_6691)
- European Commission. (n.d.-b). *Delivering the European Green Deal*. Retrieved August 8, 2023, from [https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/european-green-deal/delivering-european-green-deal\\_en](https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/european-green-deal/delivering-european-green-deal_en)
- Evans, M. R. (1997). Newport, Rhode Island - America's first resort: lessons in sustainable tourism. *Journal of Travel Research*, 36(2), 63–67. <https://doi.org/10.1177/004728759703600209>
- Félix, D., Marujo, N., & Teixeira, M. (2017). Turismo desportivo numa cidade portuguesa património mundial pela UNESCO. *Revista Iberoamericana de Turismo-RITUR, Penedo*, 7(1), 55–67. <https://doi.org/10.2436/20.8070.01.45>
- Fredman, P., & Margaryan, L. (2021). 20 years of Nordic nature-based tourism research: a review and future research agenda. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 21(1), 14–25. <https://doi.org/10.1080/15022250.2020.1823247>
- Gaudig, A., Ebersberger, B., & Kuckertz, A. (2021). Sustainability-oriented macro trends and innovation types—exploring different organization types tackling the global sustainability megatrend. *Sustainability (Switzerland)*, 13(21). <https://doi.org/10.3390/su132111583>
- Gibson, H. J., Attle, S. P., & Yiannakis, A. (1998). Segmenting the active sport tourist market: A life-span perspective. *Journal of Vacation Marketing*, 4(1), 52–64. <https://doi.org/10.1177/135676679800400105>
- Giddy, J. K., & Webb, N. L. (2018). Environmental attitudes and adventure tourism motivations. *GeoJournal*, 83(2), 275–287. <https://doi.org/10.1007/s10708-017-9768-9>
- Gretzel, U., Fuchs, M., Baggio, R., Hoepken, W., Law, R., Neidhardt, J., Pesonen, J., Zanker, M., & Xiang, Z. (2020). e-Tourism beyond COVID-19: a call for transformative research. *Information Technology and Tourism*, 22(2), 187–203. <https://doi.org/10.1007/s40558-020-00181-3>
- Gross, S., & Sand, M. (2020). Adventure tourism: a perspective paper. *Tourism Review*, 75(1), 153–157. <https://doi.org/10.1108/TR-06-2019-0211>
- Guo, Z.-H. (2022). Local Revitalization: Support from Local Residents. *Sustainability (Switzerland)*, 14(14). <https://doi.org/10.3390/su14148298>
- Hanna, P., Wijesinghe, S., Paliatsos, I., Walker, C., Adams, M., & Kimbu, A. (2019). Active engagement with nature: outdoor adventure tourism, sustainability and wellbeing. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(9), 1355–1373. <https://doi.org/10.1080/09669582.2019.1621883>
- Hardiman, N., & Burgin, S. (2011). Effects of trampling on in-stream macroinvertebrate communities from canyoning activity in the Greater Blue Mountains World Heritage Area. *Wetlands Ecology and Management*, 19(1), 61–71. <https://doi.org/10.1007/S11273-010-9200-4>

- Hardiman, N., & Burgin, S. (2013). Mountain biking: downhill for the environment or chance to up a gear? *International Journal of Environmental Studies*, 70(6), 976–986. <https://doi.org/10.1080/00207233.2013.848531>
- Hardt, D., & Glückstad, F. K. (2024). A social media analysis of travel preferences and attitudes, before and during Covid-19. *Tourism Management*, 100. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2023.104821>
- Herbert, D. T. (1988). Work and leisure: exploring a relationship. *Area*, 20(3), 241–252.
- Higginbottom, K., Green, R., & Northrope, C. (2003). A framework for managing the negative impacts of wildlife tourism on wildlife. *Human Dimensions of Wildlife*, 8(1), 1–24. <https://doi.org/10.1080/10871200390180118>
- Hudson, S. (2003). *Sport and Adventure Tourism* (The Haworth Hospitality Press, Ed.).
- ICNF. (n.d.). *Atividades de Turismo de Natureza*. Retrieved March 20, 2023, from <https://www.icnf.pt/turismodenatureza/atividades>
- Instituto Nacional de Estatística. (2022). *Estatísticas do Turismo 2021*.
- Ioannides, D., & Gyimóthy, S. (2020). The COVID-19 crisis as an opportunity for escaping the unsustainable global tourism path. *Tourism Geographies*, 22(3), 624–632. <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1763445>
- IPDJ. (2022). *Desporto e Turismo*. <https://ipdj.gov.pt/desporto-turismo>
- Jin, X., Xiang, Y., Weber, K., & Liu, Y. (2019). Motivation and involvement in adventure tourism activities: a Chinese tourists' perspective. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 24(11), 1066–1078. <https://doi.org/10.1080/10941665.2019.1666152>
- Khorommbi, K., Coetzee, W., & Geldenhuys, S. (2012). Tourism development in the catchment of Lake Fundudzi to promote sustainable development. *International Journal of Action Research*, 8(3), 310–341. [https://doi.org/10.1688/1861-9916\\_IJAR\\_2012\\_03\\_Khorommbi](https://doi.org/10.1688/1861-9916_IJAR_2012_03_Khorommbi)
- Kim, G., Duffy, L. N., & Moore, D. W. (2023). Importance of residents' perception of tourists in establishing a reciprocal resident-tourist relationship: An application of tourist attractiveness. *Tourism Management*, 94, 104632. <https://doi.org/10.1016/J.TOURMAN.2022.104632>
- Knowles, N. L. B. (2019). Targeting sustainable outcomes with adventure tourism: A political ecology approach. *Annals of Tourism Research*, 79. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2019.102809>
- Laroche, P. C. S. J., Schulp, C. J. E., Kastner, T., & Verburg, P. H. (2023). The role of holiday styles in shaping the carbon footprint of leisure travel within the European Union. *Tourism Management*, 94. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2022.104630>
- Lenzen, M., Sun, Y. Y., Faturay, F., Ting, Y. P., Geschke, A., & Malik, A. (2018). The carbon footprint of global tourism. *Nature Climate Change*, 8(6), 522–528. <https://doi.org/10.1038/s41558-018-0141-x>

- Lim, T. S., Geetha, C., & Mohidin, R. (2023). Comparative Analysis on the Socioeconomic Impact of Rural Tourism Along the West Coast of Sabah. In *Lecture Notes in Networks and Systems* (Vol. 485). [https://doi.org/10.1007/978-3-031-08093-7\\_59](https://doi.org/10.1007/978-3-031-08093-7_59)
- Lincă, A. C., Stănculescu, G. C. J., & Bulin, D. (2013). The importance of niche tourism in sustainable development. *Quality - Access to Success*, *14*(SUPPL.2), 385–390.
- Linderová, I., Scholz, P., & Almeida, N. (2021). Attitudes of local population towards the impacts of tourism development: evidence from Czechia. *Frontiers in Psychology*, *12*. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.684773>
- Lötter, M. J., & Welthagen, L. (2020). Adventure tourism activities as a tool for improving adventure tourists' wellness. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, *9*(1), 1–10. [https://www.ajhtl.com/uploads/7/1/6/3/7163688/article\\_20\\_vol\\_9\\_1\\_\\_2020\\_tut.pdf](https://www.ajhtl.com/uploads/7/1/6/3/7163688/article_20_vol_9_1__2020_tut.pdf)
- Maçães, M. (2019). *Marketing Estratégico*. Conjuntura Actual Editora.
- Mackenzie, S. H., & Goodnow, J. (2020). Adventure in the Age of COVID-19: Embracing Microadventures and Locavism in a Post-Pandemic World. *Leisure Sciences*, 1–8. <https://doi.org/10.1080/01490400.2020.1773984>
- Marcuta, L., Marcuta, A., Popescu, A., Tindeche, C., Tudor, V., & Smedescu, D. (2020). Study on the development of adventure in Romania. *Scientific Papers-Series Management Economic Engineering in Agriculture and Rural Development*, *20*(4), 339–345. [https://doi.org/10.21163/GT\\_2019.141.12](https://doi.org/10.21163/GT_2019.141.12)
- Maroudas, L., Kyriakaki, A., & Gouvis, D. (2004). A community approach to mountain adventure tourism development. *Anatolia*, *15*(1), 5–18. <https://doi.org/10.1080/13032917.2004.9687141>
- Marques, J., Silva, C., & Abrantes, J. L. (2021). Nature-based tourism motivations: Case study of douro internacional, arribes del douro and serra da estrela nature parks | Motivações para Turismo de Natureza: O caso dos Parques Naturais Douro Internacional, Arribes del Douro e Serra da Estrela. *Journal of Tourism and Development*, *36*(2), 447–456. <https://doi.org/10.34624/rtd.v36i2.5395>
- Melissen, F., & Smit, B. (2020). Sustainable Tourism and the Visitor Experience. In *The Routledge Handbook of Tourism Experience Management and Marketing* (pp. 455–463). Routledge.
- Milićević, S., Bošković, N., & Lakićević, M. (2021). Sustainable tourism development in mountain areas in Šumadija and Western Serbia. *Journal of Mountain Science*, *18*(3), 735–748. <https://doi.org/10.1007/s11629-020-6239-4>
- Mishra, S., Malhotra, G., Johann, M., & Tiwari, S. R. (2022). Motivations for participation in active sports tourism: a cross-national study. *International Journal of Event and Festival Management*, *13*(1), 70–91. <https://doi.org/10.1108/IJEFM-06-2021-0045>
- Mohd Shariff, N. (2022). Adaptation Strategies for Impacts of Climate Change on Sustainable Tourism in Malaysia. *Geojournal of Tourism and Geosites*, *45*(4 SPL), 1735–1743. <https://doi.org/10.30892/gtg.454spl23-994>

- Moher, D., Liberati, A., Tetzlaff, J., Altman, D. G., & PRISMA Group. (2009). Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses: The PRISMA Statement. *Annals of Internal Medicine*, 264–270. <https://doi.org/10.7326/0003-4819-151-4-200908180-00135>
- Morfoulaki, M., Myrovali, G., Kotoula, K.-M., Karagiorgos, T., & Alexandris, K. (2023). Sport Tourism as Driving Force for Destinations' Sustainability. *Sustainability (Switzerland)*, 15(3). <https://doi.org/10.3390/su15032445>
- Muka, T., Glisic, M., Milic, J., Verhoog, S., Bohlius, J., Bramer, W., Chowdhury, R., & Franco, O. H. (2020). A 24-step guide on how to design, conduct, and successfully publish a systematic review and meta-analysis in medical research. *European Journal of Epidemiology*, 35(1), 49–60. <https://doi.org/10.1007/s10654-019-00576-5>
- Muller, T. E., & Cleaver, M. (2000). Targeting the CANZUS baby boomer explorer and adventurer segments. *Journal of Vacation Marketing*, 6(2), 154–169. <https://doi.org/10.1177/135676670000600206>
- Mullins, P. M. (2014). A socio-environmental case for skill in outdoor adventure. *Journal of Experiential Education*, 37(2), 129–143. <https://doi.org/10.1177/1053825913498366>
- Mundaca, L., & Markandya, A. (2016). Assessing regional progress towards a 'Green Energy Economy.' *Applied Energy*, 179, 1372–1394. <https://doi.org/10.1016/j.apenergy.2015.10.098>
- Nações Unidas. (2010). *International recommendations for tourism statistics 2008*. United Nations. <https://doi.org/10.18111/9789211615210>
- Nguyen, C. P., Nguyen, B. Q., & Tran, D. T. L. (2023). Over two decades of severe deforestation: an economic perspective of tourism development. *Journal of Environmental Studies and Sciences*, 13(1), 83–104. <https://doi.org/10.1007/s13412-022-00802-9>
- Obeidat, W. (2023). Rural and traditional cafes and restaurants: a new emerging trend in domestic tourism. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 15(1), 74–83. <https://doi.org/10.1108/WHATT-08-2022-0098>
- Oh, M. (Moon), Kim, S. (Sam), Choi, Y., & Pratt, S. (2019). Examination of benefits sought by hiking tourists: a comparison of impact-range performance analysis and impact asymmetry analysis. *ASIA PACIFIC JOURNAL OF TOURISM RESEARCH*, 24(8), 850–864. <https://doi.org/10.1080/10941665.2019.1635501>
- Page, M. J., McKenzie, J. E., Bossuyt, P. M., Boutron, I., Hoffmann, T. C., Mulrow, C. D., Shamseer, L., Tetzlaff, J. M., Akl, E. A., Brennan, S. E., Chou, R., Glanville, J., Grimshaw, J. M., Hróbjartsson, A., Lalu, M. M., Li, T., Loder, E. W., Mayo-Wilson, E., McDonald, S., ... Moher, D. (2021). The PRISMA 2020 statement: An updated guideline for reporting systematic reviews. In *The BMJ* (Vol. 372). BMJ Publishing Group. <https://doi.org/10.1136/bmj.n71>
- Pereira, O., Gonçalves, P., & Dias, F. (2012). *Manual de Animação Turística e Cultural*. mediaXXI | Formalpress.
- Picamilho, S., Saragoça, J., & Teixeira, M. (2021). Dual careers in high sporting performance in europe: a systematic literature review. *Motricidade*, 17(3), 290–305. <https://doi.org/10.6063/motricidade.21422>

- Pickel-Chevalier, S. (2015). Can equestrian tourism be a solution for sustainable tourism development in France? *Loisir & Societe-Society and Leisure*, 38(1), 110–134. <https://doi.org/10.1080/07053436.2015.1007580>
- Pickering, C., & Byrne, J. (2014). The benefits of publishing systematic quantitative literature reviews for PhD candidates and other early-career researchers. *Higher Education Research and Development*, 33(3), 534–548. <https://doi.org/10.1080/07294360.2013.841651>
- Poczta, J., Almeida, N., Paczyńska-Jędrycka, M., & Kruszyńska, E. (2022). The impact of COVID-19 incidence on motivation to participate in a triathlon. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(9). <https://doi.org/10.3390/ijerph19095576>
- Pomfret, G., & Bramwell, B. (2016). 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>
- Ponte, J., Couto, G., Pimentel, P., & Oliveira, A. (2018). Tourism activities and companies in a sustainable adventure tourism destination: the Azores. *Tourism & Management Studies*, 14(4), 25–38. <https://doi.org/10.18089/tms.2018.14403>
- Poria, Y., Butler, R., & Airey, D. (2003). Revisiting Mieczkowski's conceptualization of tourism. *Tourism Geographies*, 5(1), 26–38. <https://doi.org/10.1080/1461668032000034042>
- Postma, A., & Schmuecker, D. (2017a). Understanding and overcoming negative impacts of tourism in city destinations: conceptual model and strategic framework. *Journal of Tourism Futures*, 3(2), 144–156. <https://doi.org/10.1108/JTF-04-2017-0022>
- Postma, A., & Schmuecker, D. (2017b). Understanding and overcoming negative impacts of tourism in city destinations: conceptual model and strategic framework. *Journal of Tourism Futures*, 3(2), 144–156. <https://doi.org/10.1108/JTF-04-2017-0022>
- Prasad, N. S., & Kumar, N. N. (2022). Resident Perceptions of Environment and Economic Impacts of Tourism in Fiji. *Sustainability (Switzerland)*, 14(9). <https://doi.org/10.3390/su14094989>
- Puertas, X. (2004). *Animación en el Ámbito Turístico*. Editorial SÍNTESIS, S. A.
- Remondes, J. (2011). *Marketing Interno e Comunicação: o Impacto da Utilização de Novas Tecnologias nas PME's (1ª)*. Psico & Soma.
- Rezaei, N. (2017). Resident perceptions toward tourism impacts in historic center of Yazd, Iran. *Tourism Geographies*, 19(5), 734–755. <https://doi.org/10.1080/14616688.2017.1331261>
- Richardson, N. (2020). *Sustainable Marketing Planning (1ª)*. Routledge.
- Ringel, M., Schломann, B., Krail, M., & Rohde, C. (2016). Towards a green economy in Germany? The role of energy efficiency policies. *Applied Energy*, 179, 1293–1303. <https://doi.org/10.1016/J.APENERGY.2016.03.063>
- Ritpanitchajchaval, N., Ashton, A. S., & Apollo, M. (2023). Eudaimonic well-being development: Motives driving mountain-based adventure tourism. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 42. <https://doi.org/10.1016/j.jort.2023.100607>

- Sand, M., & Gross, S. (2019). Tourism research on adventure tourism - Current themes and developments. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism - Research Planning and Management*, 28(SI). <https://doi.org/10.1016/j.jort.2019.100261>
- Schlegelmilch, F., & Ollenburg, C. (2013). Marketing the adventure: Utilizing the aspects of risk/fear/thrill to target the youth traveller segment. *Tourism Review*, 68(3), 44–54. <https://doi.org/10.1108/TR-03-2013-0010>
- Serenari, C., Leung, Y.-F., Attarian, A., & Franck, C. (2012). Understanding environmentally significant behavior among whitewater rafting and trekking guides in the Garhwal Himalaya, India. *Journal of Sustainable Tourism*, 20(5), 757–772. <https://doi.org/10.1080/09669582.2011.638383>
- Shaw, S. M. (1986). Leisure, recreation or free time? Measuring time usage. *Journal of Leisure Research*, 18(3), 177–189. <https://doi.org/10.1080/00222216.1986.11969656>
- Sheller, M. (2020). Reconstructing tourism in the Caribbean: connecting pandemic recovery, climate resilience and sustainable tourism through mobility justice. *Journal of Sustainable Tourism*, 1–14. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1791141>
- Silori, C. (2004). Socio-economic and ecological consequences of the ban on adventure tourism in Nanda Devi Biosphere Reserve, western Himalaya. *Biodiversity and Conservation*, 13(12), 2237–2252. <https://doi.org/10.1023/B:BIOC.0000047922.06495.27>
- Silva, A. (2022). VISÃO ESTRATÉGICA PARA O PLANO DE RECUPERAÇÃO ECONÓMICA DE PORTUGAL 2020-2030. <https://www.portugal.gov.pt/pt/gc22/comunicacao/documento?i=visao-estrategica-para-o-plano-de-recuperacao-economica-de-portugal-2020-2030>
- Silva, F. (2018). *Turismo e Desporto de Aventura* (1ª Edição). Lidel.
- Simo-Kengne, B. D. (2022). Tourism growth and environmental sustainability: trade-off or convergence? *Environment, Development and Sustainability*, 24(6), 8115–8144. <https://doi.org/10.1007/s10668-021-01775-5>
- Singh, S. (2007). Conceptualizing leisure, recreation and tourism from an anthropological perspective. *Tourism Recreation Research*, 32(2), 67–74. <https://doi.org/10.1080/02508281.2007.11081278>
- Stipanović, C., Rudan, E., & Zubović, V. (2019). DEVELOPMENT CONCEPT OF ADVENTURE TOURISM FOR THE PURPOSES OF DESTINATION. *Tourism, Innovations and Entrepreneurship – TIE 2019*. <https://www.researchgate.net/publication/349711107>
- Su, L., Cheng, J., & Swanson, S. R. (2020). The impact of tourism activity type on emotion and storytelling: The moderating roles of travel companion presence and relative ability. *TOURISM MANAGEMENT*, 81. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.104138>
- Taczanowska, K., González, L.-M., García-Massó, X., Zieba, A., Brandenburg, C., Muhar, A., Pellicer-Chenoll, M., & Toca-Herrera, J.-L. (2019). Nature-based tourism or mass tourism in nature? Segmentation of mountain protected area visitors using self-organizing maps (SOM). *Sustainability (Switzerland)*, 11(5). <https://doi.org/10.3390/su11051314>

- Tapar, A. V., Dhaigude, A. S., & Jawed, M. S. (2017). Customer experience-based satisfaction and behavioural intention in adventure tourism: exploring the mediating role of commitment. *Tourism Recreation Research*, 42(3), 344–355. <https://doi.org/10.1080/02508281.2017.1303564>
- Tavares, E., Fernandes, P., & Cardoso, C. (2012). ANIMAÇÃO TURÍSTICA COMO FATOR IMPLÍCITO DA PROCURA TURÍSTICA. In *Tourism & Management Studies* (Vol. 1). Universidade do Algarve.
- ten Ham-Baloyi, W., & Jordan, P. (2016). Systematic review as a research method in post-graduate nursing education. *Health SA Gesondheid*, 21, 120–128. <https://doi.org/10.1016/j.hsag.2015.08.002>
- Tirasattayapitak, S., Chaiyasain, C., & Beeton, R. J. S. (2015). The impacts of nature-based adventure tourism on children in a Thai village. *Tourism Management Perspectives*, 15, 122–127. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2015.05.003>
- Tribe, J. (2020). *The Economics of Recreation, Leisure and Tourism* (6ª Edição). Routledge.
- Trišić, I., Štetić, S., & Maksin, M. (2020). The significance of protected natural areas for tourism in the Vojvodina province (Northern Serbia)-Analysis of sustainable tourism development. *Spatium*, 43, 1–7. <https://doi.org/10.2298/SPAT2043001T>
- Turismo de Portugal. (n.d.). *Registo Nacional de Turismo (RNT)*. Retrieved March 16, 2023, from [https://rnt.turismodeportugal.pt/RNT/\\_default.aspx](https://rnt.turismodeportugal.pt/RNT/_default.aspx)
- Turismo de Portugal. (2020). *Animação Turística em Portugal | 2018 Inquérito à Caracterização da Atividade e à Procura Turística*. <file:///C:/Users/migue/Downloads/Anima%C3%A7%C3%A3o%20Tur%C3%ADstica%20em%20Portugal%20-%202018.pdf>
- Turismo de Portugal. (2022a). *Animação Turística | Oferta (RNAAT - Registo Nacional de Agentes de Animação Turística)*. Trabel BI. <https://travelbi.turismodeportugal.pt/animacao-turistica/animacao-turistica-oferta-rnaat-registo-nacional-de-agentes-de-animacao-turistica/>
- Turismo de Portugal. (2022b). *Prémios e distinções*. [http://www.turismodeportugal.pt/pt/quem\\_somos/Organizacao/Premios\\_Distincoes/Paginas/default.aspx](http://www.turismodeportugal.pt/pt/quem_somos/Organizacao/Premios_Distincoes/Paginas/default.aspx)
- Turismo de Portugal. (2022c). *Registo Nacional de Turismo*. Turismo de Portugal. [https://rnt.turismodeportugal.pt/RNT/\\_default.aspx](https://rnt.turismodeportugal.pt/RNT/_default.aspx)
- Turismo de Portugal. (2022d, May). *Visão geral*. [https://www.turismodeportugal.pt/pt/Turismo\\_Portugal/visao\\_geral/Paginas/default.aspx](https://www.turismodeportugal.pt/pt/Turismo_Portugal/visao_geral/Paginas/default.aspx)
- Turismo de Portugal. (2022e, September 20). *Turismo em Números | julho 2022*. <https://travelbi.turismodeportugal.pt/turismo-em-portugal/turismo-em-numeros-julho-2022/>
- United Nations. (n.d.). *Sustainable Development Goals*.
- United Nations. (2015). *Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development*. <https://sdgs.un.org/2030agenda>

- UNWTO. (n.d.-a). *About UNWTO*. Retrieved September 12, 2022, from <https://www.unwto.org/who-we-are>
- UNWTO. (n.d.-b). *Glossary of Tourism Terms*. Retrieved September 12, 2022, from <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms>
- UNWTO. (2014). Global report on adventure Tourism. In *Affiliate Members Global Report, Volume 9 – Global Report on Adventure Tourism*. World Tourism Organization (UNWTO). <https://doi.org/10.18111/9789284416622>
- UNWTO. (2019). *12th UNWTO/PATA Forum on Tourism Trends and Outlook – The Future of Tourism: Road to 2030, 25 – 27 October 2018, Guilin, China, Executive Summary*. World Tourism Organization (UNWTO). <https://doi.org/10.18111/9789284420728>
- UNWTO. (2021). International Tourism Highlights, 2020 Edition. In *International Tourism Highlights, 2020 Edition*. World Tourism Organization (UNWTO). <https://doi.org/10.18111/9789284422456>
- Utkarsh, & Sigala, M. (2021). A bibliometric review of research on COVID-19 and tourism: Reflections for moving forward. *Tourism Management Perspectives*, 40. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2021.100912>
- Vada, S., Filep, S., Moyle, B., Gardiner, S., & Tuguinay, J. (2023). Welcome back: Repeat visitation and tourist wellbeing. *Tourism Management*, 98. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2023.104747>
- van Dam, Y., & Apeldoorn, P. (1996). Sustainable Marketing. *Journal of Macromarketing*, 16(2), 45–56. <https://doi.org/10.1177/027614679601600204>
- Vespestad, M. K., & Gressnes, T. (2021). Tourists' Willingness To Pay For Nature-Based Experiences. *Tourism Analysis*, 26(4), 319–332. <https://doi.org/10.3727/108354220X15958118763641>
- Viana-Lora, A., & Nel-lo-Andreu, M. G. (2022). Bibliometric analysis of trends in COVID-19 and tourism. *Humanities and Social Sciences Communications*, 9(1). <https://doi.org/10.1057/s41599-022-01194-5>
- Vuren, A. J. van. (2022). Examining e-mountain biking as part of the active and adventure tourism market in south africa. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 11(SpecialEdition), 565–577. <https://doi.org/10.46222/ajhtl.19770720.243>
- Warn, S. (1999). Exploring Recreation and Tourism. In *Recreation and Tourism: a Changing Industry* (pp. 4–7). Routledge.
- Wengel, Y. (2020). The micro-trends of emerging adventure tourism activities in Nepal. *Journal of Tourism Futures*, 7(2), 209–215. <https://doi.org/10.1108/JTF-01-2020-0011>
- Woosnam, K. M., & Ribeiro, M. A. (2023). Methodological and theoretical advancements in social impacts of tourism research. *Journal of Sustainable Tourism*, 31(2), 187–203. <https://doi.org/10.1080/09669582.2022.2046011>
- World Tourism Organization. (2022a). *UN report Underscores Importance of Tourism for Economic Recovery in 2022*.

- World Tourism Organization. (2022b). *World Tourism Barometer*. [www.unwto.org/market-intelligence](http://www.unwto.org/market-intelligence).
- Yang, E. C. L., Khoo-Lattimore, C., & Arcodia, C. (2017). A systematic literature review of risk and gender research in tourism. *Tourism Management, 58*, 89–100. <https://doi.org/10.1016/J.TOURMAN.2016.10.011>
- Yayla, Ö., Koç, B., & Dimanche, F. (2023). Residents' support for tourism development: Investigating quality-of-life, community commitment, and communication. *European Journal of Tourism Research*.
- Zhang, J. (2023). Tourism and rural income inequality: empirical evidence for China. *Current Issues in Tourism, 26*(1), 153–170. <https://doi.org/10.1080/13683500.2021.2010674>
- Zhong, L., Deng, J., Song, Z., & Ding, P. (2011). Research on environmental impacts of tourism in China: Progress and prospect. *Journal of Environmental Management, 92*(11), 2972–2983. <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2011.07.011>
- Zurick, D. N. (1992). Adventure travel and sustainable tourism in the peripheral economy of Nepal. *Annals of the Association of American Geographers, 82*(4), 608–628. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8306.1992.tb01720.x>
- Zwart, R., & Hines, R. (2022). Community wellness and social support as motivation for participation in outdoor adventure recreation. *Journal of Outdoor Recreation Education and Leadership, 14*(1, SI), 33–50. <https://doi.org/10.18666/JOREL-2022-V14-I1-11139>



## APÊNDICES

Ano	Autor	Jornal	Título	Localização do Estudo	Modalidade	Métodos	Principais Conclusões
1992	Zurick, D.	Annals of the Association of American Geographers	Adventure Travel and Sustainable Tourism in the Peripheral Economy of Nepal	Nepal	Não Especificado	Quantitativo	O turismo de aventura é responsável por uma série de impactos positivos e negativos no Nepal. Os impactos negativos são passíveis de combater através da aplicação de medidas específicas por parte das autoridades locais.
2004	SILORI, C.	Biodiversity and Conservation	Socio-economic and ecological consequences of the ban on adventure tourism in Nanda Devi Biosphere Reserve, western Himalaya	Índia	Montanhismo	Quantitativa	O fecho do turismo em algumas regiões da Índia proporcionou benefícios ambientais e um rejuvenescimento das florestas, contudo, os impactos para a população foram desastrosos derivado da sua dependência económica sobre o turismo. Medidas deverão ser tomadas para garantir um equilíbrio vantajoso do turismo.
2019	Chakrabarty, P. Sadhukhan, S.	Geojournal of Tourism and Geosites	Adventure tourism spectrum, environment and livelihood opportunities: A case study in southern singalila trekking corridor of Indo-Nepal border	Índia	Variado	Qualitativo	O geoturismo é visto como um potencial de atividades de aventura soft que poderão ser menos prejudiciais para a natureza e para as tradições locais. Este estudo admite que existem atividades mais prejudiciais do que outras para a cultura local e sustentabilidade, pelo que se deve definir quais as mais adequadas para determinado destino turístico a fim de o proteger e conservar.

Ano	Autor	Jornal	Título	Localização do Estudo	Modalidade	Métodos	Principais Conclusões
2022	Zwart, R. Hines, R.	Journal of Outdoor Recreation, Education, and Leadership	Community Wellness and Social Support as Motivation for Participation in Outdoor Adventure Recreation	E.U.A.	Escalada, Mountain Biking, Whitewater Boating	Qualitativo e Quantitativo	As atividades de aventura promovem o bem-estar físico e mental. Os benefícios a nível mental estão ligados ao facto deste tipo de atividades promover o espírito de comunidade e conexões sociais.
2019	Hanna, P. Wijesinghe, S. Paliatsos, I. Walker, C. Adams, M. Kimbu, A.	Journal of Sustainable Tourism	Active engagement with nature: outdoor adventure tourism, sustainability and wellbeing	Não Especificado	Many activities	Qualitativo	O turismo de aventura promove a saúde mental e bem-estar dos turistas e a aliviação do stress derivado do contacto ativo com o envolvimento natural. O contacto com estes ambientes promove uma maior ligação entre os praticantes e o ambiente, funcionando de forma benéfica para a proteção e sensibilização por parte do participante para questões ambientais e proteção desse mesmo ambiente.
2012	Serenari, C. Leung, Y. Attariana, A. Franck, C.	Journal of Sustainable Tourism	Understanding environmentally significant behavior among whitewater rafting and trekking guides in the Garhwal Himalaya, India	Índia	Trekking e White waters	Quantitativo	As atividades de aventura poderão ser benéficas para a transmissão de valores de sustentabilidade e preservação ambiental, contudo estão dependentes daquilo que são as atitudes dos guias. Os guias são a base para a sensibilização dos turistas.

Ano	Autor	Jornal	Título	Localização do Estudo	Modalidade	Métodos	Principais Conclusões
2013	Hardiman, N. Burgin, S.	International Journal of Environmental Studies	Mountain biking: downhill for the environment or chance to up a gear?	Não Especificado	Mountain Bike	Revisão	O turismo associado ao Mountain Bike contribui para a promoção da economia local e para o desenvolvimento de novos estabelecimentos associados a esta modalidade. Os locais mais rurais e menos desenvolvidos acabam por ser os maiores beneficiados por parte deste tipo de turismo.
2014	Mullins, P.	Journal of Experiential Education	A Socio-environmental Case for Skill in Outdoor Adventure	Não Especificado	Não Especificado	Revisão	O contacto com atividades outdoor e desenvolvimento de “skills” nessas atividades promove a sensibilidade dos participantes para questões relacionadas com a sustentabilidade e preservação da natureza dos locais de prática.
2021	Milićević, S. Bošković, N. Lakićević, M.	Journal of Mountain Science	Sustainable tourism development in mountain areas in Šumadija and Western Serbia	Sérvia	Não Especificado	Quantitativo	As atividades de turismo de aventura contribuem para um aumento da economia local, promovendo o aumento de alojamento e de ocupação e auxiliando no combate à sazonalidade.
2019	Sand, M. Gross, S.	Journal of Outdoor Recreation and Tourism	Tourism research on adventure tourism - Current themes and developments	Não Especificado	Não Especificado	Revisão	As microaventuras potenciam experiências mais sustentáveis e promovem o bem-estar e saúde. O contacto com a natureza e o ar livre são benéficos para a saúde mental e física das pessoas. O turismo de aventura traz receita para os destinos turísticos.

Ano	Autor	Jornal	Título	Localização do Estudo	Modalidade	Métodos	Principais Conclusões
2020	Marcuta, L. Marcuta, A. Popescu, A. Tindeche, C. Tudor, V. Smedescu, D.	Gineering in Agriculture and Rural Development	Study on the Development of Adventure Tourism in Romania	Roméia	Vários	Quantitativo	O turismo de aventura tem impactos sociais, económicos, culturais e ambientais. Se estes impactos são positivos ou negativos, será derivado não só do comportamento dos agentes promotores destas atividades e turistas como das políticas governamentais.
2020	Trišić, I. Štetić, S. Maksin, M.	Spatium	The significance of protected natural areas for tourism in the Vojvodina province (Northern Serbia)- Analysis of sustainable tourism development	Sérvia	Não Especificado	Quantitativo	O turismo de aventura é uma das principais atividades escolhidas pelos turistas para usufruir de espaços naturais e reservas protegidas. A inclusão deste tipo de atividades contribui para o aumento da qualidade do destino. O turismo de aventura contribui para a preservação do ambiente e proteção dos seus valores
2020	Su, L. Cheng, J. Swanson, S.	Tourism Management	The impact of tourism activity type on emotion and storytelling: The moderating roles of travel companion presence and relative ability	Não Especificado	Não Especificado	Quantitativo	As atividades mais desafiantes tendem a estimular emocionalmente os turistas e a contribuir para a partilha da sua experiência no destino a outras pessoas.

Ano	Autor	Jornal	Título	Localização do Estudo	Modalidade	Métodos	Principais Conclusões
2002	Buckley, R.	Journal of Sustainable Tourism	Surf tourism and sustainable development in indo-pacific islands. I. The industry and the islands	Não Especificado	Surf	Quantitativo e Qualitativo	O turismo de surf em pequenas ilhas tem impactos positivos ao nível da economia da região, aumento de emprego e nível de vida e infraestruturas. Poderá ter também impactos negativos no ambiente e na população. Contudo, os autores afirmam que estas consequências serão responsabilidade da região e da forma como esta gere este tipo de turismo.
2009	Bott, E.	Journal of Tourism and Cultural Change	Big mountain, big name: Globalised relations of risk in himalayan mountaineering	Nepal	Montanhismo	Qualitativo	O Nepal sofreu bastantes alterações da sua cultura com o turismo de aventura. Contudo, houve uma melhoria da qualidade de vida e da economia. O turismo de aventura tem impacto negativo no ambiente natural da região
2020	Wengel, Y.	Journal of Tourism Futures	The micro-trends of emerging adventure tourism activities in Nepal	Nepal	Mountain Bike and Trekking	Qualitativo	As atividades de aventura podem beneficiar o setor do turismo, apoiando a economia local e os níveis sociais, assim como diversificando a oferta turística, criar emprego e combater a sazonalidade.
2015	Pickel-Chevalier, S.	Loisir & Societe-Society and Leisure	Can equestrian tourism be a solution for sustainable tourism development in France?	França	Equitação	Quantitativo	O turismo equestre tem um papel importante na sustentabilidade turística, em especial nas áreas rurais e áreas protegidas. Tendo um impacto a nível económico, social, histórico e ambiental. O sucesso da sustentabilidade do turismo deve-se, acima de tudo, não à atividade mas à capacidade de cooperação e de envolvimento de vários <i>stakeholders</i> trabalharem em conjunto e evitarem conflitos, mantendo um equilíbrio entre competição e cooperação.

Ano	Autor	Jornal	Título	Localização do Estudo	Modalidade	Métodos	Principais Conclusões
2022	Vuren, A.	African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure	Examining E-mountain Biking as Part of the Active and Adventure Tourism Market in South Africa	África do Sul	E-Mountain Biking	Revisão	Importância da E-Mountain Bike para as economias locais e promoção de novos produtos para diferentes públicos.
2020	Lötter, M. Welthagen, L.	African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure	Adventure tourism activities as a tool for improving adventure tourists' wellness	África do Sul	Várias	Quantitativa	Turismo de Aventura enquanto promotor de benefícios sociais, físicos, intelectuais e de bem-estar nos turistas.
2004	Maroudas, L. Kyriakaki, A. Gouvis, D.	Anatolia	A community approach to mountain adventure tourism development	Não Especificado	Montanhismo	Revisão	Influência positiva na economia local e no desenvolvimento local por parte do Turismo de Montanha. Presença de aspetos negativos como a perda de identidade, poluição e dependência da comunidade no turismo. Políticas implementadas enquanto determinantes da presença de impactos positivos ou negativos.
2020	Bailey, A. Hungenberg, E.	Annals of Leisure Research	Managing the rock-climbing economy: a case from Chattanooga	E.U.A.	Escalada	Quantitativo	Impacto económico da atividade de escalada na região, contribuindo para o aumento de emprego e desenvolvimento de outros negócios locais.

Ano	Autor	Jornal	Título	Localização do Estudo	Modalidade	Métodos	Principais Conclusões
2015	Tirasattayapitaka, S. Chaiyasainb, S. Beeton, R.	Tourism Management Perspectives	The impacts of nature-based adventure tourism on children in a Thai village	Tailândia	Rafting e Outras	Qualitativo	O turismo de aventura tem um impacto ao nível social, económico, cultural e ambiental da região. Garantir a presença e participação da população local e de todos os <i>stakeholders</i> é essencial para a sustentabilidade do turismo nos destinos.
2017	Tapar, A. Dhaigude, A. Jawed, M.	Tourism Recreation Research	Customer experience-based satisfaction and behavioural intention in adventure tourism: exploring the mediating role of commitment	Índia	Não Especificado	Quantitativo	Uma atividade de aventura de qualidade e que transmita uma boa experiência ao turista é passível de fomentar a retenção e revisitação do destino por parte do turista.