

As motivações do **turista** de **aventura** e a imagem dos destinos

RITA LOPES * [ritalopes@hotmail.co.uk]

CLÁUDIA SEABRA ** [cseabra@estv.ipv.pt]

MARGARIDA VICENTE *** [margarida@estv.ipv.pt]

Palavras-Chave | Turismo de aventura, Perfil do turista, Motivações, Risco, Imagem.

Objetivos | O turismo de aventura é entendido como a deslocação de pessoas para espaços naturais, motivadas pela atração, pelo desconhecido e pela vontade de enfrentar situações de desafio físico e emocional (Beni, 2003). Este tipo de turismo impulsiona a prática de atividades físicas, que tem por intuito abranger emoções e riscos controlados, obrigando a técnicas e equipamentos particulares, garantindo a segurança de quem o pratica (Fernandes, 1998). O objetivo deste trabalho em progresso é analisar o perfil dos turistas de aventura na região Centro de Portugal, especificamente estudar as variáveis de motivação, risco e imagem. Pretende-se avaliar os diversos aspetos e elementos inerentes à prática deste tipo de turismo: o que motiva e influencia os turistas para o seu consumo, avaliar o risco como fator motivacional, bem como a imagem que um turista tem de um destino de aventura e de si mesmo após o consumo do produto.

Metodologia | Para este estudo pretende-se aplicar questionários aos praticantes de turismo de aventura da região Centro de Portugal. Será utilizada a amostragem por *cluster* no tempo e no espaço – em locais de prática de desporto de aventura em períodos iguais de tempo. Neste inquérito serão avaliadas as variáveis de motivação, risco e imagem do destino. As variáveis de motivação consideradas para o inquérito foram escolhidas com base em escalas pré-estabelecidas na literatura. Para a motivação no turismo de aventura serão analisados os fatores motivacionais para a prática de atividades de aventura: adrenalina, medo, controlo, capacidades, alcance, boa condição física, risco, natureza, arte, espírito, amigos, imagem, escape e competição (Buckley, 2012). Para analisar o risco na prática de turismo de aventura, serão analisados os riscos externos (riscos funcionais ou de equipamento; económicos e de tempo) e riscos internos (riscos de saúde, físicos, psicológicos e de satisfação) (Seabra, 2010). Quanto à variável imagem, analisam-se os diversos elementos que compõem a imagem de um destino na mente de um turista de aventura, isto é, os diversos atributos de um destino que são avaliados aquando a tomada de decisão. Por outro lado, serão utilizadas escalas com o objetivo de analisar a autoimagem do turista de aventura.

* **Mestranda em Gestão Turística** na Escola Superior de Tecnologia e Gestão do Instituto Politécnico de Viseu.

** **Doutorada em Turismo** pela Universidade de Aveiro. **Professora Adjunta** na Escola Superior de Tecnologia e Gestão do Instituto Politécnico de Viseu.

*** **Doutorada em Gestão** na Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro. **Equiparada a Assistente** na Escola Superior de Tecnologia e Gestão do Instituto Politécnico de Viseu.

Principais resultados e contributos | Deste estudo resultará um perfil dos turistas de aventura da região Centro de Portugal. Espera-se perceber quais as motivações do turista de aventura, nomeadamente analisando o risco como fator motivacional. Por outro lado, resultará desta investigação a obtenção da imagem que o turista de aventura possui de vários destinos no centro de Portugal e de si mesmo após o consumo de turismo de aventura. Os resultados deste estudo poderão ajudar os vários *players* no setor turístico no centro de Portugal, especificamente entidades públicas, empresas e outras organizações a definir políticas de marketing e comunicação mais efetivas para um tipo de turista cada vez mais importante. Na sequência de outros estudos, esperamos concluir que o turista de aventura é um cliente que procura partilhar as suas experiências, valoriza o trabalho de equipa e o companheirismo. Procura igualmente destinos ricos ambiental e culturalmente, que devem encontrar-se bem conservados e com pouca afluência turística (Mascarenhas, 1999). Poderá concluir-se também que consideram o risco como sendo uma parte integral da atividade e a emoção e a satisfação sentidas após terem completado uma atividade são muito atraentes (Williams & Soutar, 2009).

Limitações | Do ponto de vista teórico, apesar de existir uma extensa revisão da literatura, o estudo poderá omitir, e deste modo não tomar em consideração, outros fatores motivacionais no turismo. Quanto à metodologia utilizada, esta possui determinadas limitações que podem afetar a avaliação e generalização dos seus resultados, especificamente o método de amostragem, e pela abordagem de medição empírica quantitativa. A ampliação deste estudo para outros destinos de turismo de aventura poderá ser uma mais-valia sendo um modo de obter uma validação geral.

Conclusões | A concluir, este estudo servirá para analisar o perfil do turista de aventura e particularmente as variáveis que mais influenciam o consumo. Com este trabalho deve-se determinar quais são as motivações principais e o que move os turistas a praticar turismo de aventura. Este também deve concluir os aspetos que o turista considera serem os mais importantes num destino de aventura, bem como analisar os diferentes tipos de risco que estão associados à prática das atividades de aventura. Por ser um fenómeno relativamente novo no mercado e complexo, existem poucas pesquisas acerca do desenvolvimento e mercado. Existe uma falta de pesquisa no que diz respeito à estrutura dos produtos de turismo de aventura ou aspetos comerciais associados (Buckley, 2006). Daí que este estudo pretenda fazer uma análise mais profunda sobre o perfil do turista de aventura e os seus comportamentos. Por outro lado, as motivações, a perceção do risco e a imagem do destino são aspetos importantes na pesquisa do turismo.

Referências

- Beni, M. (2003). *Análise estrutural do turismo* (10ª ed.). São Paulo: Senac.
- Buckley, R. (2006). *Adventure tourism*. Wallingford: CAB Internacional.
- Buckley, R. (2012). Rush as a key motivation in skilled adventure tourism: Resolving the risk recreation paradox. *Tourism Management*, 33(4), 961-970.
- Fernandes, R. (1998). Esportes radicais: Referências para um estudo acadêmico. *Conexões: Revista da Faculdade de Educação Física da UNICAMP*, 1(1), 96-105.
- Mascarenhas, G. (1999). A geografia e os esportes: Uma pequena agenda e amplos horizontes. *Conexões: Revista da Faculdade de Educação Física da UNICAMP*, 1(2), 47-61.
- Seabra, C. (2010). *A influência do terrorismo nos comportamentos de viagem internacionais*. Tese de Doutoramento, Universidade De Aveiro, Aveiro.
- Williams, P., & Soutar, G. (2009). Value, satisfaction and behavioral intentions in an adventure tourism context. *Annals of Tourism Research*, 36(3), 413-438.