



**MÁRCIO DOMINGOS
ALVES RIBEIRO
MARTINS**

**O FENÓMENO *BACKPACKER* E OS SEUS
PADRÕES DE MOVIMENTO ESPACIOTEMPORAL
NO DESTINO URBANO PORTO**



**MÁRCIO DOMINGOS
ALVES RIBEIRO
MARTINS**

**O FENÓMENO *BACKPACKER* E OS SEUS PADRÕES
DE MOVIMENTO ESPACIOTEMPORAL NO DESTINO
URBANO PORTO**

Tese apresentada à Universidade de Aveiro para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Doutor em Turismo, realizada sob a orientação científica do Doutor Rui Augusto da Costa, Professor Auxiliar do Departamento Economia, Gestão, Engenharia Industrial e Turismo da Universidade de Aveiro

o júri

Presidente

Doutora Susana Isabel Barreto de Miranda Sargento
Professora Catedrática, Universidade de Aveiro

Vogais

Doutora Maria Lucinda Cruz dos Santos Fonseca
Professora Catedrática, Universidade de Lisboa

Doutora Paula Cristina Almeida Cadima Remoaldo
Professora Catedrática, Universidade do Minho

Doutor Carlos Henrique Figueiredo e Melo de Brito
Professor Associado Com Agregação, Universidade do Porto

Doutora Zélia Maria de Jesus Breda
Professora Auxiliar, Universidade de Aveiro

Doutor Rui Augusto da Costa
Professor Auxiliar, Universidade de Aveiro (Orientador)

Este trabalho é dedicado à Ana e ao Afonso, meus amores maiores, e à minha querida mãe que partiu antes de o ver concluído.

agradecimentos

A realização deste trabalho só foi possível devido ao envolvimento de um grande número de pessoas que ao longo desta longa caminhada deram um importante contributo a diversos níveis. Em primeiro lugar gostaria de agradecer a todos os professores que lecionam no Programa Doutoral em Turismo da Universidade de Aveiro pelas suas ricas e inspiradoras lições. Pela natureza e âmbito desta investigação não podia deixar de agradecer à Professora Doutora Ana Caldeira pelo trabalho inovador e inspirador que realizou sobre o comportamento espaciotemporal dos turistas que despertou em mim, desde o primeiro momento, uma curiosidade imensa.

Ao Professor Doutor Rui Costa, meu orientador neste trabalho de investigação, gostaria de agradecer os valiosos conselhos técnicos, científicos e metodológicos que lhe foram solicitados. As suas palavras amigas e encorajadoras foram muito importantes nos momentos de desânimo resultantes do cansaço inerente à realização desta investigação e ao trabalho profissional a tempo inteiro enquanto docente de Geografia do ensino secundário e simultaneamente assistente convidado a tempo parcial na Escola Superior de Educação do Instituto Politécnico de Bragança.

À professora Doutora Helena Albuquerque, co-orientadora deste trabalho, gostaria de agradecer a amizade e atenção que sempre disponibilizou a todas as minhas dúvidas relativas aos Sistemas de Informação Geográfica.

Aos meus colegas do programa doutoral gostaria de agradecer as suas palavras de incentivo e companheirismo, em especial, um muito obrigado ao Luís Henrique Souza e à Susana Rachão pela partilha de conhecimentos e pelas suas palavras amigas. Sem eles, esta viagem não teria sido a mesma. Um agradecimento especial a todos os proprietários e/ou gerentes dos *hostels* que amavelmente permitiram a aplicação dos questionários nos seus estabelecimentos. Um obrigado especial à Adriana Amaral do Nice Way Hostel, à Rita Gonçalves do Porto Lounge Hostel & Guesthouse, ao Filipe do Rivoli Cinema Hostel, e à Manuela do Canvas Atelier Hostel por me terem feito sentir sempre em casa.

Gostaria de deixar um agradecimento especial a todos os meus amigos de quem me distanciei fisicamente durante estes últimos anos. Estiveram e continuarão a estar no meu coração.

Aos meus familiares de Murça e de Mirandela que me apoiaram desde o primeiro momento, gostaria de agradecer a paciência com que sempre aturaram os meus momentos de maior ansiedade. Obrigado Paulo, André, Margarida, Marco, D. Fernanda, Sr.º Carlos, por toda a ajuda. O vosso constante suporte foi determinante para terminar esta tese.

Aos meus pais que me proporcionaram sempre as melhores condições para poder prosseguir estudos e a quem devo a curiosidade pela vida e o entusiasmo por querer saber sempre mais, agradeço tudo quanto por mim fizeram.

À Ana, minha querida esposa a quem devo a sugestão e incentivo da candidatura ao Programa Doutoral, agradeço todo o sacrifício, dedicação, carinho e acompanhamento incessante. O orçamento temporal dedicado à investigação colidiu inúmeras vezes com compromissos familiares e profissionais e só com um amor e compreensão do tamanho do mundo foi possível chegar até aqui.

Um agradecimento especial ao meu querido filho que cresceu com muitas ausências do pai devido ao tempo dedicado à investigação. Espero que o meu interesse, seriedade e entrega a este trabalho lhe possa servir de exemplo e o incentive a fazer sempre mais e melhor.

palavras-chave

Turismo *backpacker*, comportamento espaciotemporal dos turistas, alinhamento sequencial múltiplo (ASM).

resumo

O advento das companhias aéreas de baixo custo tem contribuído para o aumento do número de jovens que viajam, em especial do segmento *backpacker*, fenómeno heterogéneo e complexo, que tem despertado internacionalmente o interesse de vários investigadores. Reconhecida a sua relevância económica e social, as relações entre os determinantes do seu comportamento espaciotemporal e os padrões de movimentos intradestino deste segmento não foram ainda devidamente investigadas. Apesar de alguns estudos no âmbito da Geografia e do Turismo já terem analisado os padrões de comportamento espaciotemporal de turistas, quer em viagens multidestino quer no âmbito intradestino, o segmento dos turistas jovens tem sido ignorado. Esta investigação tem como objetivo principal fornecer uma visão abrangente das tendências do turismo *backpacker* no destino urbano Porto e analisar os seus padrões de comportamento espaciotemporal durante um dia de visita. A recolha dos dados foi realizada através da aplicação de um inquérito por questionário a *backpackers* hospedados em vários *hostels* na cidade do Porto e através da utilização do Sistema de Posicionamento Global inserido na aplicação de *smartphone* “*Open GPS Tracker*”, com a qual se realizaram os rastreamentos dos seus movimentos. A análise espacial foi efetuada com recurso ao *software* QGIS 3.2.0 tendo sido construído um conjunto de mapas temáticos que permitiram uma análise mais pormenorizada dos movimentos efetuados. A utilização do *software* ClustalG possibilitou a execução do alinhamento sequencial múltiplo (ASM) de todos os movimentos rastreados e a criação de uma árvore taxonómica que revelou a existência de dez grupos/*clusters* de *backpackers* tendo em conta os territórios visitados, o tempo de permanência nos mesmos e a sequência em que essas visitas foram efetuadas. O ASM permitiu concluir que o segmento de turistas *backpackers* consome e experiencia o destino Porto de maneira distinta. Procedeu-se ainda à análise estatística descritiva e inferencial dos dados recolhidos através do *software* IBM SPSS 22.0 tendo-se testado um conjunto de hipóteses através de testes estatísticos não paramétricos. Concluiu-se que o mercado *backpacker* tem uma grande relevância económica e que o estudo do seu comportamento espaciotemporal pode contribuir para uma melhor organização e estruturação do destino. Salienta-se ainda a importância das fontes de informação utilizadas durante a visita com impacto ao nível da locomoção, orientação e intensidade.

keywords

Backpacker Tourism, Tourists space-time behaviour, Multiple sequential alignment.

abstract

The emergence and expansion of low-cost airlines have contributed to the growth in the number of young people who travel annually, especially the backpacker segment, an heterogeneous and complex phenomenon that has attracted the interest of several researchers around the world. Recognized its economic and social relevance, the relationships between the determinants of its space-time behaviour and the intradestination movement patterns of this segment have not yet been properly investigated. Even though studies in the field of Geography and Tourism have already analysed space-time behaviour patterns of tourists in a multidestination and intradestination travels, the segment of backpackers has been ignored.

This research aims to provide a comprehensive overview of backpacker tourism trends in Porto urban destination and to analyse the patterns of their space-time behaviour during a day's visit. Data were collected through the administration of a questionnaire survey to backpackers staying in different hostels in Porto and through the use of a free open licence global positioning system (GPS) smartphone application known as "Open GPS Tracker" with which their movements were tracked. A spatial analysis was conducted using QGIS 3.2.0 software through which a set of thematic maps were performed, allowing a more detailed analysis of the tourist's movements. ClustalG software enabled the multiple sequential alignment (MSA) of all tracked movements and the creation of a taxonomic tree that revealed the existence of ten backpacker groups/clusters according to the visited areas, time spent in them and the sequence in which these visits were made. Multiple sequence alignment allowed us to conclude that backpacker tourist segment consumes and experiences Porto in a different way. Descriptive and inferential statistical analysis of the collected data was also performed using IBM SPSS 22.0 software and a set of hypotheses was tested through non-parametric statistical tests.

It was concluded that the backpacker market has great economic relevance and the study of its space-time behaviour can contribute to a better organized and structured destination. The importance of touristic information sources used by backpackers during their visit is also emphasized due to its impact on locomotion, wayfinding and intensity.

Índice Geral

Índice Geral	xvi
Índice de Quadros	xix
Índice de Figuras	xxii
Índice de Gráficos	xxv
Capítulo 1. Introdução	1
1.1. Enquadramento e justificação temática da investigação	1
1.2. Relevância do estudo e questão da investigação	4
1.3. Objetivos, metodologia e processo de investigação.....	8
1.4. Estrutura da tese	12
Capítulo 2. Enquadramento concetual	15
2.1. Introdução	15
2.2. Abordagens concetuais da atividade turística.....	15
2.3. A cidade como produto turístico	18
2.3.1. O processo de urbanização.....	18
2.3.2. Turismo urbano	21
2.3.3. Atrações em destinos urbanos: definições e critérios de classificação	24
2.4. Conclusão	29
Capítulo 3. Turismo <i>backpacker</i>: um fenómeno complexo e heterogéneo....	31
3.1. Introdução	31
3.2. Origem e evolução histórica	32
3.3. O diversificado segmento <i>backpacker</i>	36
3.4. Turismo <i>backpacker</i> : revisão da literatura	44
3.5. Motivações dos turistas <i>backpacker</i>	62
3.6. Turismo <i>backpacker</i> e globalização.....	68
3.6.1. <i>Backpackers</i> : nómadas modernos e globais	69
3.7. Relevância económica e social do turismo <i>backpacker</i>	74
3.8. Impacte ambiental e sustentabilidade do turismo <i>backpacker</i>	83
3.9. Conclusão	98

Capítulo 4. Comportamento espaciotemporal dos turistas	101
4.1. Introdução	101
4.2. Revisão da literatura sobre o comportamento espaciotemporal dos turistas: principais estudos e contributos	102
4.2.1 Análise histórica e evolução	102
4.3 Modelos de Análise	105
4.3.1 Geografia Temporal.....	106
4.4. Concetualização do movimento espaciotemporal dos turistas.....	113
4.4.1. Dimensões e fatores de análise: operacionalização	115
4.4.2 Fatores internos e externos determinantes do comportamento espaciotemporal dos turistas.....	120
4.5. Conclusão	138
Capítulo 5. Métodos e técnicas de recolha de informação em estudos sobre o comportamento espaciotemporal dos turistas	141
5.1 Introdução	141
5.2. Técnicas tradicionais e modernas de rastreamento.....	141
5.2.1. Técnica de rastreamento com recurso a tecnologia GPS	146
5.2.2. Rastreamento GPS com recurso a <i>smartphones</i>	148
5.3. Conclusão	152
Capítulo 6. Metodologia	155
6.1. Introdução	155
6.2. Paradigmas e métodos de investigação	155
6.3. Quadro concetual da investigação.....	161
6.4. Modelo, hipóteses e estratégia de investigação	164
6.5. Recolha empírica de dados	172
6.5.1. Amostragem	174
6.5.2. Recolha de dados por questionário e rastreamento GPS (<i>smartphone app</i>)	179
6.5.2.1. Desenho do questionário.....	182
6.5.2.2. Descrição da <i>app</i> GPS e seu funcionamento	188
6.6. Análise de dados.....	190
6.6.1. Análise espacial	191
6.6.2. Análise da sequenciação das visitas	193
6.6.3. Análise estatística	198
6.7. Conclusão	200

Capítulo 7. Área de estudo: a cidade do Porto como destino turístico.....	203
7.1. Introdução	203
7.2. Localização	203
7.3. Caracterização física e humana	204
7.3.1. Geomorfologia, clima e relevo	204
7.3.2. Evolução da população residente e principais indicadores demográficos.....	207
7.4. Atividade turística - caracterização da oferta (recursos turísticos primários e secundários).....	212
7.4.1. Evolução da capacidade de alojamento	216
7.4.1.1. <i>Hostels</i> : alojamento de suporte ao fenómeno <i>backpacker</i>	218
7.4.1.2. <i>Hostels</i> no Porto.....	222
7.5. Atividade turística - caracterização da procura	226
7.6. Conclusão.....	229
Capítulo 8. Análise de dados.....	229
8.1. Introdução	229
8.2. O segmento <i>backpacker</i> na cidade do Porto: estatística descritiva	230
8.2.1. Perfil dos turistas <i>backpackers</i> : caraterísticas sociodemográficas e motivações	230
8.2.2. Características da viagem	233
8.2.3. Características do dia de visita à cidade.....	237
8.2.4. Mobilidade e orientação durante o dia de visita à cidade.....	241
8.3. Comportamento espaciotemporal dos turistas <i>backpackers</i> no destino urbano Porto	245
8.3.1. Estatística descritiva.....	245
8.3.2. Análise espacial e espaciotemporal.....	250
8.3.3. Padrões de comportamento espaciotemporais: alinhamento sequencial múltiplo	262
8.3.3.1. Padrões de comportamento espaciotemporal do subgrupo A.1	267
8.3.3.2. Padrões de comportamento espaciotemporal do subgrupo A.2.....	271
8.3.3.3. Padrões de comportamento espaciotemporal do subgrupo A.3.....	278
8.3.3.4. Padrões de comportamento espaciotemporal do subgrupo A.4.....	282
8.3.3.5. Padrão de comportamento espaciotemporal do grupo B	284
8.3.4. Análise estatística descritiva dos movimentos efetuados.....	295
8.3.5. Análise estatística bivariada	297

8.3.5.1 Características sociodemográficas dos turistas	298
8.3.5.2 Características da visita.....	302
8.3.5.3. Características da viagem	323
8.4. Conclusão	333
Capítulo 9. Síntese e conclusões.....	335
9.1. Introdução	335
9.2. Principais conclusões da investigação	335
9.2.1. Contributos ao nível da gestão e marketing do destino Porto	353
9.2.2. Contributos teóricos e metodológicos	355
9.2.3. Limitações e investigação futura.....	356
9.2.3.1. Limitações	356
9.2.3.2. Recomendações para futuras investigações	357
Referências bibliográficas.....	361
 APÊNDICES	
APÊNDICE 1. Matriz síntese sobre os principais temas e tópicos de análise sobre <i>backpackers</i> e turismo backpacker	389
APÊNDICE 2 Instruções de instalação e utilização da aplicação GPS de <i>smartphone</i> (português e inglês)	397
APÊNDICE 3. Questionários (português e inglês)	401
APÊNDICE 4. Análise bivariada	415

Índice de Quadros

Quadro 1. Tipologia de alojamento escolhida pelos turistas de visita ao Porto (%).....	6
Quadro 2. As 15 maiores cidades do mundo segundo a sua população residente.	18
Quadro 3. Definições de cidade.	19
Quadro 4. Cidades mais visitadas no mundo por turistas internacionais em 2018.	23
Quadro 5. Definições de atrações turísticas	25
Quadro 6. Critérios de classificação das atrações	27
Quadro 7. Operacionalização das principais características distintivas dos subsegmentos de turistas backpacker	43
Quadro 8. Principais constructos relativos às motivações dos <i>backpackers</i> (fatores push e pull) .	64
Quadro 9. Metodologias utilizadas na recolha de dados primários e área geográfica dos estudos empíricos.	78
Quadro 10. Impactes do turismo backpacker no crescimento e desenvolvimento económico	81
Quadro 11. Referências a impactes ambientais positivos dos turistas <i>backpacker</i>	89
Quadro 12. Referências a impactes ambientais negativos dos turistas <i>backpacker</i>	91
Quadro 13. Principais restrições da Geografia Temporal e exemplos de restrições adaptadas ao comportamento espaciotemporal dos turistas	110
Quadro 14. Dimensão movimento - fatores que a condicionam e indicadores utilizados na sua operacionalização	117
Quadro 15. Dimensão multiatração - fatores que a condicionam e indicadores utilizados na sua operacionalização	119
Quadro 16. Características dos turistas	121
Quadro 17. Características do destino.....	126
Quadro 18. Características da visita	130
Quadro 19. Características da viagem.....	137
Quadro 20. Vantagens e desvantagens das modernas tecnologias de rastreamento	144
Quadro 21. Comparação da tecnologia GPS e GPS Assistido.	147
Quadro 22. Principais características dos paradigmas positivista, interpretativo e crítico.	157
Quadro 23. Principais características das metodologias quantitativa, qualitativa e crítica.....	158
Quadro 24. Positivismo e Pós-positivismo: principais características	160
Quadro 25. Principais autores consultados na revisão da literatura (1ªfase)	162
Quadro 26. Identificação dos <i>hostels</i> onde foram aplicados os questionários.....	177
Quadro 27. Operacionalização das características dos turistas <i>backpackers</i>	182
Quadro 28. Operacionalização das características da viagem.....	183
Quadro 29. Operacionalização das características da visita	184
Quadro 30. Operacionalização das características do destino.....	186

Quadro 31. Operacionalização do comportamento espaciotemporal/mobilidade dos <i>backpackers</i>	186
Quadro 32. Evolução da população residente no concelho do Porto (2001-2016)	207
Quadro 33. Evolução do índice de envelhecimento do concelho do Porto (1960-2011)	211
Quadro 34. Principais recursos/atrações do destino Porto	214
Quadro 35. Evolução da capacidade de alojamento nos estabelecimentos hoteleiros	217
Quadro 36. Datas de abertura do primeiro Hostel em diferentes países.	218
Quadro 37. Número de unidades de Alojamento Local (estabelecimentos de hospedagem e <i>hostels</i>) e respetivo número de camas.	221
Quadro 38. Características dos <i>hostels</i> localizados nas cidades do Porto e Vila Nova de Gaia.	224
Quadro 39. Evolução do número de Dormidas nos alojamentos turísticos	226
Quadro 40. Evolução do número de hóspedes nos estabelecimentos hoteleiros	226
Quadro 41. Países de origem (N = 293).	230
Quadro 42. Características sociodemográficas (N = 293).	231
Quadro 43. Tipologia de backpacker e tipo de quarto (N = 293).	232
Quadro 44. Caracterização da viagem (N = 293).	234
Quadro 45. Caracterização da viagem (N = 293).	235
Quadro 46. Consistência interna das dimensões da Escala das Motivações (N = 293).	236
Quadro 47. Caracterização das motivações para viajar e para visitar o Porto.	236
Quadro 48. Verificação e influência da previsão da meteorologia (N = 252).	237
Quadro 49. Caracterização do dia de visita ao Porto.	238
Quadro 50. Fontes de pesquisa e de informação utilizadas pelos <i>backpackers</i> (N = 252)	239
Quadro 51. Estimativa do dinheiro gasto num dia de visita ao Porto, em Euros (N = 249).	240
Quadro 52. Meios de transporte e navegação/orientação durante o dia de visita (N = 252).	242
Quadro 53. Atrações visitadas durante o dia de visita (N = 252)	243
Quadro 54. Atividades realizadas durante o dia de visita (N = 252).	244
Quadro 55. Características sociodemográficas (N = 82).	246
Quadro 56. Distância ao país de origem e tipologia de viagem.	247
Quadro 57. Estatística descritiva relativa ao número de viagens de longa duração, ao número de noites e à despesa média diária num dia típico de visita à cidade (n=82).	249
Quadro 58. Fase da estada.	249
Quadro 59. Estatística descritiva das atrações visitadas e das atividades realizadas (n=82)	250
Quadro 60. Características dominantes dos subgrupos obtidos no alinhamento sequencial	289
Quadro 61. Caracterização dos percursos – variáveis contínuas.	296
Quadro 62. Caracterização dos percursos – variáveis categóricas.	297
Quadro 63. Caracterização relativamente à distância ao país e tipologia de viagem.	297
Quadro 64. Relação da idade com o comportamento espaciotemporal.	298
Quadro 65. Relação da distância ao país de origem com o comportamento espaciotemporal.	299
Quadro 66. Relação do rendimento anual com o comportamento espaciotemporal.	300

Quadro 67. Relação da tipologia de backpacker com o comportamento espaciotemporal.	301
Quadro 68. Relação de visitas anteriores ao Porto com o comportamento espaciotemporal.	303
Quadro 69. Relação de visitas anteriores a Portugal com o comportamento espaciotemporal	304
Quadro 70. Relação da duração da estada com o comportamento espaciotemporal.....	306
Quadro 71. Relação da fase da estada com o comportamento espaciotemporal.	307
Quadro 72. Relação dos gastos médios diários com o comportamento espaciotemporal.....	309
Quadro 73. Relação do tipo de quarto com o comportamento espaciotemporal.	310
Quadro 74. Relação da organização da visita com o comportamento espaciotemporal.....	311
Quadro 75. Relação da utilização de motores de pesquisa na internet com o comportamento espaciotemporal.	313
Quadro 76. Relação da utilização de “Revistas de viagens online” com o comportamento espaciotemporal.	315
Quadro 77. Relação da utilização de Guias de viagem (Lonely Planet, Rough Guide...) com o comportamento espaciotemporal.	316
Quadro 78. Relação da consulta de “outros viajantes” com o comportamento espaciotemporal.	317
Quadro 79. Relação das fontes de informação “família e amigos” com os dados do percurso. ...	318
Quadro 80. Relação das fontes de informação em suporte papel com os dados do percurso.	319
Quadro 81. Relação das fontes de informação online com os dados do percurso.	320
Quadro 82. Relação do número de viagens/experiência a viajar com o comportamento espaciotemporal.	322
Quadro 83. Relação da duração da viagem com o comportamento espaciotemporal.	323
Quadro 84. Relação da tipologia da viagem com os dados do percurso.	324
Quadro 85. Relação do grupo de viagem com o comportamento espaciotemporal.....	325
Quadro 86. Relação do tamanho do grupo com o comportamento espaciotemporal.	326
Quadro 87. Síntese da análise bivariada – associações significativas a 5%	331
Quadro 88. Síntese das hipóteses de investigação (H1).....	342
Quadro 89. Síntese das hipóteses de investigação (H2, H3, H4, H5).....	348

Índice de Figuras

Figura 1. Desenho da investigação.....	11
Figura 2. Evolução do fenómeno backpacker.....	33
Figura 3. Evolução do turismo backpacker.....	35
Figura 4. Subsegmentos dos turistas <i>backpackers</i>	40
Figura 5. Enquadramento temático da revisão da literatura sobre turismo e turistas <i>backpackers</i> sob uma perspetiva de mercado.....	46
Figura 6. Controlo dos impactes do turismo backpacker.....	47
Figura 7. Visão sistémica do processo de globalização.....	70
Figura 8. O turismo backpacker como agente e expressão do processo de globalização.....	73
Figura 9. Relação entre as dimensões do “Desenvolvimento Sustentável” e o “Turismo Sustentável”.....	85
Figura 10. Indicadores de sustentabilidade na gestão e desenvolvimento do turismo ao nível das comunidades.....	87
Figura 11. Percurso espaciotemporal.....	108
Figura 12. Percursos num contexto espaciotemporal isotrópico (a); Percursos sujeitos a restrições (b).....	109
Figura 13. Prisma espaciotemporal.....	111
Figura 14. Exemplos de conjuntos/cruzamentos de percursos ('bundles'): à esquerda um agregado familiar, à direita uma escola.....	112
Figura 15. Relação entre o percurso espaciotemporal de um indivíduo e respetivo orçamento temporal.....	113
Figura 16. Modelo concetual de análise do comportamento espaciotemporal dos turistas num contexto urbano intradestino.....	116
Figura 17. Metodologia geral da investigação.....	161
Figura 18. Esquema concetual da investigação.....	165
Figura 19. Modelo concetual da investigação do comportamento espaciotemporal dos turistas <i>backpackers</i>	168
Figura 20. Esquema-síntese da operacionalização do modelo concetual de investigação relativo ao comportamento espaciotemporal dos turistas <i>backpackers</i> na cidade do Porto.....	172
Figura 21. Metodologia para a elaboração do questionário.....	181
Figura 22. Aplicações utilizadas no rastreamento: a) “Open GPS Tracker” na Play Store (Android); b) “Simple Logger” iOS Store (Apple).....	188
Figura 23. Representação esquemática de uma árvore guia.....	195
Figura 24. Conversão de ficheiro Word em formato Pearson ou Fasta.....	196
Figura 25. Freguesias do concelho do Porto.....	204

Figura 26. Mapa hipsométrico (a) e carta geomorfológica do concelho do Porto (b).....	205
Figura 27. Distribuição da população jovem (0-14 anos) no concelho do Porto (2011).....	212
Figura 28. Posicionamento global do destino	212
Figura 29. Localização dos Hostels na área urbana do Porto e Vila Nova de Gaia.....	222
Figura 30. Movimentos efetuados pelos turistas <i>backpackers</i> rastreados no centro urbano do Porto	253
Figura 31. Intensidade dos movimentos dos turistas <i>backpackers</i> - número de passagens por área (50x50m) no concelho do Porto e freguesia de Santa Marinha (Vila Nova de Gaia)	254
Figura 32. Intensidade dos movimentos dos turistas <i>backpackers</i> - número de passagens por área (50x50m) na cidade do Porto	257
Figura 33. Localização das áreas mais fotografadas na cidade do Porto.	257
Figura 34. Intensidade dos movimentos dos turistas <i>backpackers</i> - número de passagens por área (50x50m) nas freguesias centrais do Porto	259
Figura 35. Distribuição do tempo total de permanência dos turistas <i>backpackers</i> nas freguesias centrais do Porto (50mx50m)	260
Figura 36. Distribuição do tempo médio de permanência dos turistas <i>backpackers</i> nas freguesias centrais do Porto (50mx50m).....	261
Figura 37. Ambiente de trabalho do software ClustalG após o alinhamento de todos os percursos.	263
Figura 38. Ambiente de trabalho do <i>software</i> ClustalG após o realinhamento do subgrupo A.1.1.	264
Figura 39. Diagrama “sem raiz” representando diferentes grupos de turistas <i>backpackers</i> de visita à cidade do Porto	264
Figura 40. Árvore taxonómica, do tipo cladograma inclinado, representando diferentes grupos de turistas <i>backpackers</i> de visita à cidade do Porto	265
Figura 41. Árvores taxonómicas do subgrupo A.1.1 e subgrupo A.1.2	267
Figura 42. a) Sequência de movimentos efetuados pelos subgrupos A.1.1 e duração média de permanência em cada freguesia. b) Padrão de movimento espacial do subgrupo A.1.1.	268
Figura 43. a) Sequência de movimentos efetuados pelos subgrupos A.1.2 e duração média de permanência em cada freguesia. B) Padrão de movimento espacial do subgrupo A.1.2.	269
Figura 44 - Árvores taxonómicas do subgrupo A.2.1 e subgrupo A.2.2	271
Figura 45. a) Sequência de movimentos efetuados pelos subgrupos A.2.1 e duração média de permanência em cada freguesia. B) Padrão de movimento espacial do subgrupo A.2.1.	272
Figura 46. a) Sequência de movimentos efetuados pelos subgrupos A.2.2 e duração média de permanência em cada freguesia. B) Padrão de movimento espacial do subgrupo A.2.2.	273
Figura 47. Árvores taxonómicas do subgrupo A.2.3 e subgrupo A.2.4	275
Figura 48. a) Sequência de movimentos efetuados pelos subgrupos A.2.3 e duração média de permanência em cada freguesia. B) Padrão de movimento espacial do subgrupo A.2.3.	275

Figura 59. a) Sequência de movimentos efetuados pelos subgrupos A.2.4 e duração média de permanência em cada freguesia. B) Padrão de movimento espacial do subgrupo A.2.4.	277
Figura 50. Árvores taxonómicas do subgrupo A.3.1 e subgrupo A.3.2	279
Figura 51. a) Sequência de movimentos efetuados pelos subgrupos A.3.1 e duração média de permanência em cada freguesia. B) Padrão de movimento espacial do subgrupo A.3.1.	279
Figura 52. a) Sequência de movimentos efetuados pelos subgrupos A.3.2 e duração média de permanência em cada freguesia. B) Padrão de movimento espacial do subgrupo A.3.2.	281
Figura 63. Árvore taxonómica do subgrupo A.4.....	282
Figura 54. a) Sequência de movimentos efetuados pelos subgrupos A.4 e duração média de permanência em cada freguesia. B) Padrão de movimento espacial do subgrupo A.4.	283
Figura 55 - Árvore taxonómica do Grupo B	284
Figura 56. Sequência de movimentos efetuados pelo Grupo B e duração média de permanência em cada freguesia.	285
Figura 57. Clusters/subgrupos resultantes do alinhamento sequencial múltiplo.	293
Figura 58. Esquema síntese das associações mais significativas entre as características dos turistas <i>backpackers</i> e o seu comportamento espaciotemporal	327
Figura 59. Esquema síntese das associações mais significativas entre as características da viagem e o comportamento espaciotemporal dos turistas <i>backpackers</i>	328
Figura 60. Esquema síntese das associações mais significativas entre as características da visita e o comportamento espaciotemporal dos backpacker.....	329
Figura 61. Esquema síntese das associações mais significativas entre as fontes de informação utilizadas durante a visita e o comportamento espaciotemporal dos backpacker	330

Índice de Gráficos

Gráfico 1. Evolução do número de documentos publicados sobre o tópico “turismo urbano” na plataforma Scopus (1980-2016).....	22
Gráfico 2. Número de artigos científicos publicados na base de dados Scopus sobre “backpackers” e “turismo e backpackers” (1972-2019).	44
Gráfico 3. Normais climatológicas, Porto (Serra do Pilar), 1981-2010. Dados provisórios.	206
Gráfico 4. Densidade populacional das freguesias do concelho do Porto (1991, 2001, 2011).	208
Gráfico 5. Valor médio mensal (€) das rendas dos alojamentos familiares clássicos arrendados (2001-2011)	208
Gráfico 6. Proporção de edifícios muito degradados (%) e com necessidades de reparação, 2011.	209
Gráfico 7. Variação da população residente das freguesias do concelho do Porto (%), 2001-2011.	210
Gráfico 8. Pirâmides etárias da população residente no Porto, 2001-2011.	211
Gráfico 9. Evolução do número de passageiros no aeroporto Francisco Sá Carneiro, Porto (1970-2015).	216
Gráfico 10. Atrações mais visitadas pelos turistas <i>backpackers</i> num dia de visita (n=252).	244
Gráfico 11. Atividades realizadas pelos turistas <i>backpackers</i> num dia de visita (n=252).	245
Gráfico 12. Nacionalidade dos <i>backpackers</i> (n=82)	247
Gráfico 13. Subsegmentos de <i>backpackers</i> participantes no rastreamento (n=82).....	248
Gráfico 14. Tipologia de atrações mais visitadas (n=80)	250
Gráfico 15. Distribuição do orçamento temporal das visitas por freguesia (% do tempo total).	255
Gráfico 16. Sequência de movimentos efetuados pelo Grupo C e duração média de permanência em cada freguesia.	286

Capítulo 1. Introdução

Pretende-se neste capítulo fazer uma breve apresentação do tema de investigação, procedendo-se ao seu enquadramento na atividade turística e à sua relevância em termos económicos, sociais e de gestão e marketing turístico.

É ainda apresentada a questão de investigação e principais objetivos, bem como o respetivo desenho e processo de investigação que sintetiza as diferentes fases deste estudo. Segue-se um breve sumário de todos os capítulos em que esta tese se encontra estruturada.

1.1. Enquadramento e justificação temática da investigação

O turismo é uma atividade económica que se encontra no centro do processo de globalização. Beneficiou e continua a beneficiar da evolução tecnológica e do surgimento e difusão de inovações no âmbito das telecomunicações, transportes, marketing, gestão, entre outros. Em 2018, representou 10% de toda a riqueza produzida na economia mundial, 7% das exportações mundiais e 30% do total de exportações de serviços, tendo-se contabilizado em todo o mundo 1326 milhões de turistas (UNWTO, 2018). Contribuindo, de forma direta ou indireta, para a criação de um em cada dez empregos em todo o mundo (UNWTO, 2018), a atividade turística é responsável também por um incremento significativo do crescimento económico em muitos países. Sendo assim, como as receitas provenientes da atividade turística são cruciais para muitas economias, será fundamental que os diferentes destinos turísticos (países) estejam atentos à competitividade dos seus territórios com o intuito de não perderem quota de mercado. Um outro dado que deverá ser levado em conta é o facto da atividade turística em Portugal estar a crescer a um ritmo bastante interessante: em 2014 “as receitas do turismo atingiram 10.4 mil milhões de Euros, representando, face a 2013, um acréscimo de 12.4% (+1.1 mil milhões de Euros)” (Silva, 2015). De acordo com a plataforma de gestão e conhecimento no turismo *Travel BI*¹, em 2018 as receitas ultrapassaram os 16.6 mil milhões de Euros.

O processo de globalização, com frequência associado aos seus aspetos económicos e financeiros, tem também contribuído para uma aceleração das mudanças sociais (Giddens,

¹“**Travel BI**” é uma plataforma de gestão e conhecimento da atividade turística em Portugal que permite a exploração dos indicadores de atividade, incluindo estatísticas, análises, mercados, entre outros. Pode ser consultada em <https://travelbi.turismodeportugal.pt/>

2006). A noção da “compressão espaço-tempo” (Harvey, 1989) sustenta a conhecida afirmação de que se vive numa “aldeia global” onde obviamente as distâncias deixaram de ser um obstáculo à mobilidade das pessoas. Podemos ainda acrescentar a crescente utilização da internet, que contribui também para o conhecimento e divulgação de novos destinos, e o impacto de guias de viagem independentes, como o *Rough Guide* e o *Lonely Planet* (Hampton, 1998; Sørensen, 2003). Mas uma das atuais tendências com grande impacto na atividade turística é o aumento do número de jovens que viaja anualmente. Segundo o relatório da WYSE Travel Confederation (2016), o valor de mercado do turismo jovem internacional passou de 190 mil milhões de Dólares (USA) em 2009 para 286 mil milhões em 2014, prevendo-se que atinja em 2020, 400 mil milhões de Dólares (USA).

Tem-se, como exemplo, o programa ERASMUS que desde 1987, já cofinanciou a mobilidade de mais de três milhões de estudantes do ensino superior entre universidades estrangeiras da União Europeia (European Commission, 2014) e o conhecido *interrail* que desde 1972 tem sido realizado anualmente por milhares de jovens (“Interrail,” 2019) que assim encontram uma possibilidade bastante económica de conhecerem e contactarem com outras culturas. Mas foi o advento das companhias aéreas “*low-cost*” e de alojamentos de preços reduzidos, como os *hostels*, que deram o contributo mais importante à mobilidade dos mais jovens (Richards & Wilson, 2004a), um pouco por todo o mundo.

A UNWTO e WYSE Travel Confederation (2010) e a WYSE Travel Confederation (2016) realçam que as viagens dos turistas mais jovens são um importante mercado para o futuro, referindo que os jovens que viajam gastam por vezes, mais dinheiro que os restantes turistas e que há uma maior probabilidade de tornarem a visitar o mesmo destino (fidelização). Além das importantes receitas geradas por este segmento, os destinos de turistas mais jovens são também descritos como mais resilientes, não estando tão sujeitos à volatilidade do mercado, recuperando mesmo mais depressa de eventuais crises. O relatório de 2016 da WYSE Travel Confederation e UNWTO refere ainda que os turistas mais jovens gastam a maior parte do seu dinheiro em comunidades locais dando um importante contributo a outras atividades económicas tendo ainda a capacidade de atrair outros visitantes aos lugares que visitam.

As novas tecnologias são também cada vez mais utilizadas, sobretudo entre os mais jovens (UNWTO e WYSE Travel Confederation, 2010). Atualmente o acesso à internet é já considerado um dos serviços mais importantes fornecidos pelo alojamento, indo ao encontro da tendência crescente da utilização dos dispositivos móveis de acesso sem fio

à rede global (Richards & Wilson, 2004a). Algumas estatísticas revelam que, dentro de cinco anos, os *tablets* e os *smartphones* serão o principal meio de acesso à internet (Fair & Cutting-Miller, 2014), pelo que serão utilizados não só na preparação e planeamento da viagem mas também durante e após o período de férias. As agências de viagens *online* estão também entre as mais utilizadas pelos turistas mais jovens (Fair & Cutting-Miller, 2014). Por conseguinte, as empresas que prestam serviços na área do turismo terão de estar atentas a estas tendências, sendo por isso pertinente conhecer melhor o impacto destas novas tecnologias no planeamento e preparação das viagens, bem como nos padrões de movimento dos turistas nos destinos.

No contexto das viagens entre os mais jovens (15-29 anos), o turismo *backpacker* tem assumido especial relevância, evidenciado pelo crescente interesse de investigadores em todo o mundo (Loker-Murphy & Pearce, 1995; Hampton, 1998; Scheyvens, 2002; Richards & Wilson, 2004; Ooi & Laing, 2010; Rogerson, 2011), quer pela sua heterogeneidade e complexidade (Sørensen, 2003), pela sua importância social e económica (Loker-Murphy & Pearce, 1995; Hampton, 1998; Scheyvens, 2002; Ooi & Laing, 2010; Rogerson, 2011), quer pelas suas características culturais e etnográficas (Scheyvens, 2002; Sørensen, 2003). Riley (1988) classifica estes turistas como educados, pertencentes à classe média europeia, solteiros, que viajam sozinhos e preocupados com o seu orçamento reduzido, viajando com mochilas às costas, com um orçamento diário reduzido (Hampton & Hamzah, 2010), sendo predominantemente jovens, com preferência por alojamentos económicos e itinerários informais e flexíveis (Pearce, 1990, citado por Ooi & Laing, 2010). Modo de turismo complexo e multifacetado (Sørensen, 2003) continua ainda hoje a ser evidente a falta de consenso entre os investigadores no atual conceito de *backpacker* (Dayour, Kimbu, & Park, 2017; Ooi & Laing, 2010), segmento caracterizado pela sua profunda consciência em controlar os seus custos (Scheyvens, 2002) e por uma tendência em percorrer distâncias maiores e procurarem lugares e experiências mais invulgares (Haigh, 1995, citado por Scheyvens, 2002), privilegiando a autenticidade e o contacto positivo com os locais (Eadington & Smith, 1992 citado por Maoz, 2006).

Apesar de algumas investigações no âmbito da Geografia do Turismo já terem analisado os padrões de comportamento espaciotemporal de turistas, quer em viagens multidestino quer no âmbito intradestino, o segmento dos turistas jovens tem sido ignorado. Reconhecida a sua relevância económica e social nos destinos (Martins & Costa, 2017; World Tourism Organization, 2016), desconhece-se no entanto, as relações entre os

determinantes do comportamento espacial e os padrões de movimentos deste segmento em geral e dos seus subsegmentos em particular.

A presente proposta de investigação tem como objetivo principal compreender o comportamento espaciotemporal do diversificado segmento *backpacker*, num destino urbano multiatração², contribuindo para uma melhor organização e estruturação dos destinos e para o desenvolvimento duma estratégia que permita a realização duma linha de investigação inovadora no âmbito deste segmento.

1.2. Relevância do estudo e questão da investigação

Desde Cohen (1972) o interesse académico pelo turismo *backpacker* tem sido crescente evidenciado pelo aumento significativo do número de publicações científicas nas últimas décadas (Gráfico 2, p.46). Mas apesar dos 200 milhões de viagens internacionais (Tourism Research and Marketing, 2013) e das receitas de 286 mil milhões de US\$ geradas em 2014 com o turismo jovem (World Tourism Organization, 2016) é ainda incipiente o número de estudos neste domínio.

Os turistas *backpacker*, definidos como turistas que viajam com mochilas às costas, com um orçamento diário reduzido, sendo predominantemente jovens, com preferência por alojamento económico e itinerários informais e flexíveis (Pearce, 1990 citado por Ooi & Laing, 2010) constituem uma parte significativa deste diversificado e fragmentado mercado. Associados no passado, aos turistas *hippies*, sendo ignorados e até indesejados pelas autoridades de muitos países (Hampton, 1998), sobretudo países em desenvolvimento, o quadro concetual e trabalho empírico realizado por Loker-Murphy & Pearce (1995), na Austrália, revelou a importância económica deste segmento. No entanto, tem sido dada mais atenção ao seu impacte económico nos países em desenvolvimento (Hampton, 1998; Rogerson, 2007; Ooi & Laing, 2010; Daldeniz & Hampton, 2013), faltando investigação empírica e quantitativa que contribua, por um lado, para um melhor conhecimento do impacte dos *backpackers* e seus subsegmentos na economia local (Richards & Wilson, 2004a) e por outro, para a compreensão do seu comportamento espaciotemporal intradestino, nomeadamente, na forma como os *backpackers* consomem e experienciam os lugares que visitam.

² A existência de várias atrações turísticas no interior de um destino urbano, como acontece na cidade do Porto, justifica a utilização do conceito “multiatração”, empregue por Caldeira (2014) na sua investigação. Esta autora (2014, p.11) define “viagem multiatração” como “viagem dirigida a múltiplas atrações no interior do destino durante um único dia (adaptado de Hunt & Crompton, 2008)”.

Tal como acontece com os turistas em geral, em que estes se movimentam, quer numa macroescala, quer numa microescala, durante um determinado período de tempo, as suas escolhas encontram-se determinadas por restrições relacionadas com o espaço e com o tempo. Autores, como Grinberger *et al.* (2014), apoiados no quadro conceitual da Geografia Temporal e trabalho seminal de Hägerstrand (1970), distinguiram diferentes tipos de comportamentos de visitantes baseados nas suas decisões, suportadas pelos seus recursos espaciotemporais. Vários estudos têm incidido sobre as escolhas do destino, a segmentação dos turistas, o modo como o destino é espacialmente consumido, nomeadamente, a sequência e que atividades são escolhidas (Grinberger, Shoval, & McKercher, 2014) reconhecendo-se a influência de vários fatores, com especial enfoque para a origem cultural dos turistas (Dejbakhsh, Arrowsmith, & Jackson, 2011); o tipo de viagem (Lew & McKercher, 2006); a localização do alojamento (Shoval, McKercher, Ng, & Birenboim, 2011); o primeiro e último dia da visita (Lew & McKercher, 2006); se visitam ou não o destino pela primeira vez (Caldeira & Kastenholz, 2018b; McKercher, Shoval, Ng, & Birenboim, 2012; Oppermann, 1997), as características sociodemográficas (Dejbakhsh *et al.*, 2011; Caldeira, 2014) ou a distância percorrida desde o país de origem (Caldeira & Kastenholz, 2015).

A revisão da literatura efetuada revelou que o comportamento espaciotemporal intradestino do segmento *backpacker* não foi ainda devidamente analisado, pelo que se pretende desenvolver uma linha de investigação inovadora no sentido de compreender os seus padrões de comportamento espacial num destino urbano multiatração, ou seja, a forma como estes visitantes, verdadeiros nómadas globais da era digital (Richards, 2015) consomem e experienciam os destinos urbanos, examinando as suas motivações, experiências e comportamentos. Serão ainda analisados os padrões de movimento possíveis num contexto intradestino durante um dia de visita (Lew & McKercher, 2006; Grinberger *et al.*, 2014; Shoval *et al.*, 2011), procurando identificar diferentes padrões espaciotemporais na visita multiatração (Caldeira, 2014) tendo em conta as atrações, configuração espacial do itinerário, distância percorrida, meios de locomoção, localização do alojamento, entre outros.

Esta análise contribuirá para uma melhor adequação do destino à visita turística, maximizando a oferta de oportunidades junto dos mesmos e incrementando a sua satisfação relativamente a atrações, serviços turísticos, espaços públicos, sinalização e informação estratégica (Caldeira, 2014). Simultaneamente, vai ao encontro das áreas de estudo mais importantes a incluir em investigações sobre Turismo Urbano, identificadas

por Edwards, Griffin, & Hayllar (2008, p.1043): i) a forma como os turistas utilizam a cidade e a identificação dos seus padrões de comportamento; ii) a compreensão dos impactes ambientais dentro dos destinos urbanos; iii) a identificação dos benefícios do turismo para as comunidades locais; iv) a definição da capacidade de carga da área urbana; v) a análise das relações espaciais, como a influência dos transportes urbanos na mobilidade dos turistas; vi) e as ligações existentes entre atrações e como estas dispersam os turistas dentro dos destinos turísticos urbanos.

No seguimento destas importantes linhas de investigação, esta pesquisa une três áreas de estudo que têm gerado crescente interesse em investigações na área do Turismo:

- 1) o comportamento espaciotemporal dos turistas;
- 2) o segmento *backpacker* enquanto fenómeno em crescimento;
- 3) e o território [urbano], enquanto suporte das atrações e elemento estruturante da atividade turística.

Dada a relevância económica da atividade turística na economia mundial (UNWTO, 2018), nomeadamente o crescimento das viagens internacionais entre os mais jovens (World Tourism Organization, 2016), onde se destacam os turistas *backpackers*, considerou-se pertinente estudar este complexo e heterogéneo segmento de mercado onde têm sido identificados vários subsegmentos. Para efeitos desta investigação, um turista *backpacker* é uma pessoa que passa uma ou mais noites num alojamento para *backpackers* ou *hostel*, tal como é definido pelo Tourism Research Australia (2009). Por conseguinte, torna-se relevante conhecer melhor as suas motivações e comportamentos.

Quadro 1. Tipologia de alojamento escolhida pelos turistas de visita ao Porto (%).

Alojamento	2011	2012	2013
Hotel	61.2	63.7	51.1
Hostel	4.1	7.7	10.9
Residencial	6.1	3.9	7.9
Pensão	5.3	3.1	8.6
Apartamento turístico	0.9	0.6	13
Casa de familiares/amigos*	14.9	11.3	12.3
Casa alugada	3.2	6.1	3.1
Casa própria	2.9	3.0	3.8
Barco	0.9	0.2	0.3
Turismo rural	0.1	0.2	0.4
Outros	0.4	0.1	0.3

* Alojamento não registado.

Fonte: Costa *et al.*, (2014).

Nos últimos anos, um dos destinos turísticos que mais tem crescido em Portugal é a cidade do Porto/Norte. Uma vez que os dados estatísticos oficiais sobre o número de dormidas contemplam o total de dormidas no alojamento local, não especificando o número de

dormidas em *hostels*, a informação mais atualizada que existe foi publicada pelo IPDT (2012) e Costa, Moreira, & Vieira (2014). De acordo com o relatório dos resultados do turismo de 2014 do Turismo de Portugal (Silva, 2015), o número de dormidas na cidade foi superior a 5.4 milhões o que representa um crescimento de 11% em relação ao ano anterior. Em 2017, o sítio de internet Pordata.pt revela que o número de dormidas ultrapassou os 5.8 milhões. A maioria destes turistas optam por ficar alojados em hotéis ou em casa de familiares/amigos, no entanto, tem vindo a crescer o número de turistas que optam por ficar alojados em alojamentos de custo mais reduzido, como os conhecidos *hostels*, pensões, residenciais ou albergues como revelam Costa, Moreira, & Vieira (2014): em 2013, 10.9% dos turistas de visita ao Porto ficaram alojados em *hostels* o que reflete um aumento significativo em comparação com o ano de 2011, em que os *hostels* foram escolhidos por 4.1% dos turistas. Em conjunto, os *hostels*, as pensões e as residenciais representaram em 2013, 27.4% das dormidas (quadro 1).

A modernização do Aeroporto Francisco Sá Carneiro e o elevado número de voos realizados por companhias *low cost*³, como a *Easyjet* ou a *Ryanair*, contribuíram para esse crescimento, que se refletiu também no aumento da capacidade hoteleira, em especial de alojamentos que praticam preços reduzidos e, por isso, designados por alojamento *low cost*, como, por exemplo, os *hostels* ou os *budgetHotels*. Uma pesquisa efetuada no conhecido sítio de internet www.hostelworld.com, em fevereiro de 2017, revela a existência de 39 estabelecimentos de alojamento inscritos como *hostels*, registando um aumento de 34.5% em relação ao mês de fevereiro do ano anterior. No total, o mesmo sítio de internet tinha registados 91 propriedades entre *hostels*, pensões, residenciais, albergues, hospedarias ou *guesthouses* e apartamentos. Os valores apresentados anteriormente reforçam a importância crescente deste tipo de alojamento e, por conseguinte, o peso que este segmento representa no total da atividade turística.

A **questão de investigação** que servirá de ponto de partida e que ajudará a estruturar toda a proposta de investigação é a seguinte:

Como o segmento de turistas *backpackers* consome e experiencia o destino urbano Porto?

³ Em 2012, as companhias aéreas de baixo custo transportaram aproximadamente 45% do total de passageiros do aeroporto Sá Carneiro (Costa, *et al.*, 2014). No primeiro trimestre de 2019, segundo o Boletim Estatístico Trimestral da Autoridade Nacional de Aviação Civil, as companhias aéreas de baixo custo transportaram aproximadamente 61% do total de passageiros do aeroporto Francisco Sá Carneiro (ANAC, 2019).

1.3. Objetivos, metodologia e processo de investigação

A crescente competitividade entre destinos turísticos justifica a necessidade de melhor compreender este fenómeno global, ao nível do seu comportamento espaciotemporal, sobretudo nos destinos urbanos. Poderá a análise do padrão de comportamento espaciotemporal dos vários subsegmentos de turistas *backpacker*, contribuir para uma gestão mais eficaz e eficiente dos destinos? Assumindo que a mobilidade é fundamental na atividade turística, que a visita a atrações decorre no tempo e no espaço e que os turistas *backpackers* e os seus subsegmentos carecem de uma maior atenção, nomeadamente na forma como consomem e experienciam um destino urbano multiatração, justifica-se o **objetivo central da investigação**:

- Analisar o segmento de mercado *backpacker* de visita ao destino urbano Porto e compreender o seu comportamento espaciotemporal para uma melhor definição de estratégias que permitam uma gestão mais eficaz e eficiente do território.

A partir deste objetivo principal, enquadrado num modelo de investigação, a presente proposta tem ainda os seguintes **objetivos específicos**:

Capítulo 2	1. Identificar e discutir alguns dos principais conceitos ligados à atividade turística;
Capítulo 3	2. Identificar e caracterizar os subsegmentos de turistas <i>backpackers</i> mais representativos; 3. Identificar as principais motivações dos turistas <i>backpackers</i> ; 4. Analisar a relevância económica e social do turismo <i>backpacker</i> ; 5. Analisar o impacte ambiental e sustentabilidade do turismo <i>backpacker</i> ;
Capítulo 4	6. Conhecer os fatores internos e externos determinantes do comportamento espaciotemporal dos turistas;
Capítulo 5	7. Comparar as técnicas tradicionais e modernas de rastreamento dos turistas e definir a mais adequada ao estudo do comportamento espaciotemporal dos <i>backpackers</i> ;
Capítulo 7	8. Identificar as principais características do destino Porto que condicionam o comportamento espaciotemporal dos turistas durante um dia de visita;

- Capítulo 8**
9. Identificar as principais características sociodemográficas dos turistas *backpackers* no destino urbano Porto;
 10. Conhecer os instrumentos e recursos utilizados pelos *backpackers* no planeamento da sua estada e na visita ao destino urbano Porto;
 11. Determinar a importância das fontes de informação utilizadas pelos *backpackers* no planeamento da sua estada e durante um dia de visita a um destino urbano;
 12. Analisar e caracterizar o comportamento espaciotemporal intradestino dos turistas *backpackers* durante um dia de visita à cidade do Porto;
 13. Descrever como os *backpackers* consomem e experienciam o destino, identificando as principais atrações visitadas e atividades realizadas;
 14. Identificar os principais fatores que determinam o comportamento espaciotemporal dos *backpackers* durante um dia de visita ao destino urbano Porto;
 15. Identificar padrões de movimento espaciotemporais dos turistas *backpackers* durante um dia de visita à cidade do Porto;
 16. Verificar de que forma os padrões de movimento poderão contribuir para a estruturação, gestão e organização de um destino urbano mais eficaz e eficiente.
-

Através destes objetivos, pretende-se que esta investigação, na linha dos novos desafios em investigações em turismo, propostos pela Organização Mundial do Turismo (OMT, 2001), contribua também para i) a compreensão do fenómeno *backpacker* no destino Porto, nomeadamente o seu comportamento espaciotemporal; ii) a produção de informação e conhecimento que ajude na tomada de decisões e no planeamento de políticas, relativas às pequenas e médias empresas que oferecem serviços a este segmento de turistas, como os *hostels*, empresas de animação turística e de transportes, no sentido destas encontrarem soluções que lhes permitam um melhor posicionamento num mercado cada vez mais competitivo.

Se uma investigação empírica é uma investigação em que se fazem observações para compreender melhor o fenómeno a estudar (Hill & Hill, 2009), uma investigação realizada no âmbito da atividade turística deve proceder à recolha sistemática de informação e organizar e analisar os dados recolhidos de forma a dar resposta aos objetivos inicialmente definidos. Segundo a OMT (2001, p.4) “a investigação turística tem como objetivo [a obtenção de] padrões de comportamento, relações e tendências que ajudem à compreensão do sistema, à tomada de decisões ou à construção de previsões de acordo

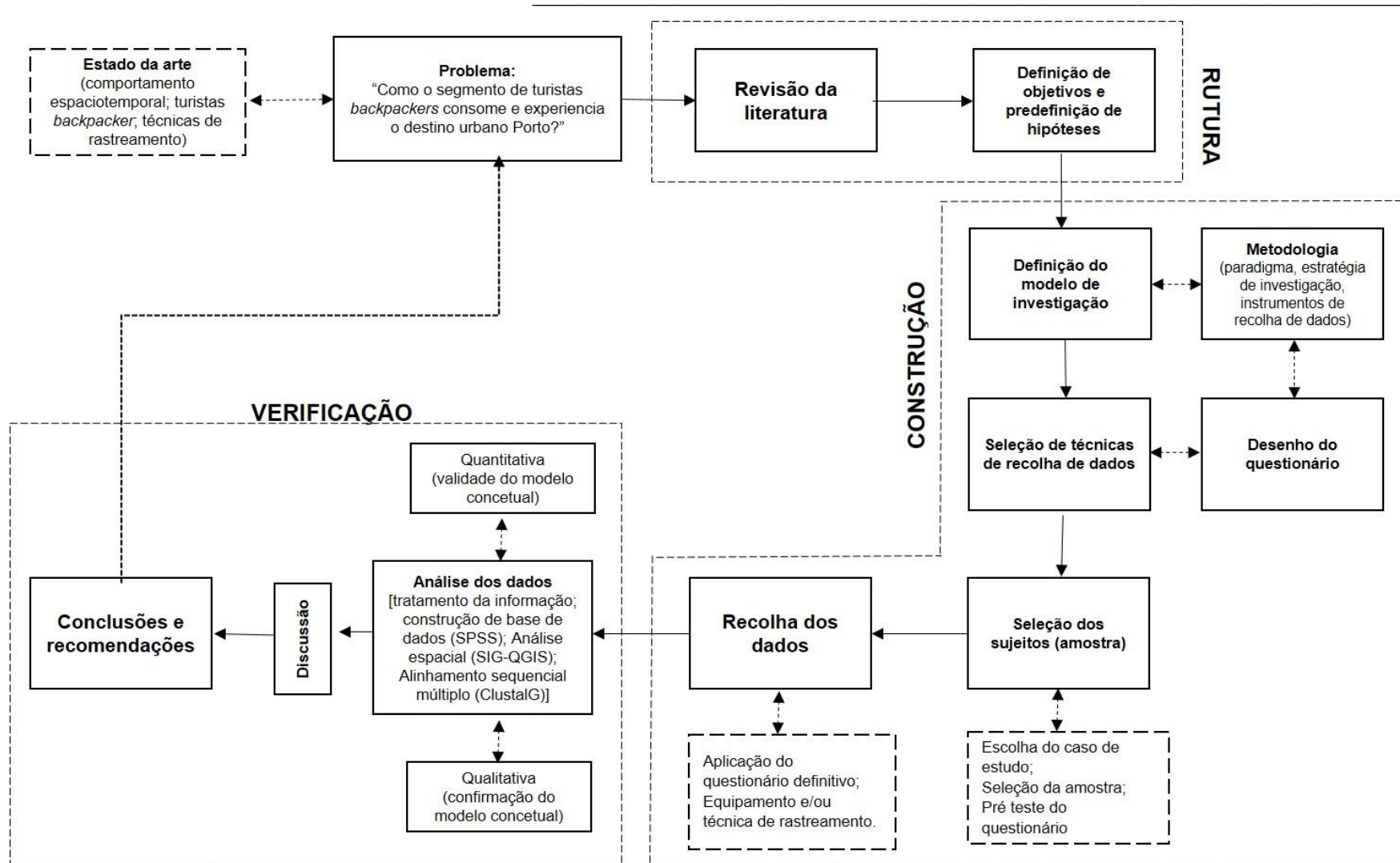
com vários cenários alternativos”. Na figura 1 encontra-se o desenho da investigação que descreve, passo a passo, o processo de investigação:

Na fase 1 – rutura, procede-se à revisão da literatura especializada relativa às temáticas em análise, como a Geografia Temporal, o turismo *backpacker*, comportamento espaciotemporal dos turistas, georreferenciação, técnicas de rastreamento e sobre a aplicação dos Sistemas de Informação Geográfica ao setor do turismo. Serão ainda analisados dados estatísticos (Instituto Nacional de Estatística, Turismo de Portugal, Organização Mundial do Turismo) e outros dados secundários disponíveis. As referências selecionadas serão classificadas, analisadas e interpretadas, permitindo construir um modelo teórico sustentado nos vários assuntos em análise, de forma a contextualizar a investigação e a fornecer os alicerces conceptuais e metodológicos para a realização do estudo empírico que será fundamentado na recolha e análise de dados primários. Serão ainda (re)definidos objetivos, modelo de investigação, metodologia e técnicas de recolha de dados.

Através da revisão da literatura, foram identificados alguns *gaps*/lacunas de investigação que resultaram na publicação de dois artigos científicos em revistas internacionais:

- Martins, M., & Costa, R. (2017) *Backpackers' contribution to development and poverty alleviation: myth or reality? A critical review of the literature and directions for future research. European Journal of Tourism Research* 16, pp. 136-153
- Martins, M.; Rachão, S. & Costa, R. (2018) Electronic word of mouth: Does it really matter to *backpackers*? Booking website reviews as an indicator for *hostels' quality services, Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 19:4, 415-441.

A fase 2 – construção, compreende a recolha de dados: rastreamento dos turistas e aplicação de questionários que serão elaborados como base na pesquisa bibliográfica realizada, que contribuiu para uma melhor definição dos conceitos e da sua operacionalização. O questionário será testado, para verificar as falhas e a fiabilidade das escalas aplicadas. O inquérito será realizado a visitantes alojados em *hostels* na cidade do Porto, procurando a maior representatividade possível. O rastreamento dos visitantes será efetuado através da utilização de uma *App* GPS, disponibilizada em *Smartphones*, que recolhe e memoriza as informações georreferenciadas dos movimentos efetuados pelos turistas durante um dia de visita. Todos os dados digitais recolhidos, serão guardados no dispositivo de cada participante e posteriormente enviados ao investigador, por correio eletrónico.



Fonte: Adaptado de Pizam (1994), Quivy e Campenhoudt (2008) e Hill e Hill (2009).

Figura 1. Desenho da investigação.

Na fase 3 – verificação, os dados recolhidos serão analisados com recurso a um conjunto alargado de técnicas estatísticas. Com a informação recolhida será construída uma base de dados com recurso a *software* Excel e SPSS. Os movimentos rastreados dos turistas serão tratados e analisados com a utilização de métodos de representação espacial, com recurso a *software* S.I.G. (Sistema de Informação Geográfica) devido à sua capacidade de visualização gráfica e manipulação de dados, a fim de identificar padrões ou relacionamentos com base em critérios específicos (Mcadam, 1999) centrados no lado da procura e no lado da oferta turística (van der Knaap, 1999). Com ajuda da ferramenta S.I.G, pretende-se posteriormente, apresentar e discutir as implicações da atividade turística dos subsegmentos de *backpackers*. Para tal, será utilizado o *software* S.I.G de licença aberta, QGIS 3.2.0 e ainda o *software* de alinhamento sequencial múltiplo, ClustalG, que será utilizado para encontrar padrões de comportamento espaciotemporais.

Serão ainda definidas orientações e diretrizes que permitam o desenvolvimento de estruturas colaborativas entre agentes do território, promovendo o planeamento do espaço e das atividades turísticas de forma mais eficaz e eficiente, contribuindo para a melhoria da qualidade de vida dos residentes e visitantes. A partir da revisão da literatura e da investigação empírica, serão produzidas conclusões e recomendações. Esta investigação visa também explicar padrões observados através da formulação de objetivos e hipóteses, enquadrando-se, em termos paradigmáticos, no pós-positivismo.

O modelo de pesquisa selecionado para o desenvolvimento do estudo empírico é espacialmente explícito (Caldeira, 2014; Xia, 2007) e do ponto de vista temporal vai de encontro ao trabalho concetual da Geografia Temporal desenvolvido por Hägerstrand (1970).

1.4. Estrutura da tese

No **capítulo 1** introduz-se o tema desta investigação, procedendo-se ao seu enquadramento na atividade turística e à verificação da sua relevância em termos económicos, sociais e de gestão e marketing turístico. É ainda apresentada a questão de investigação bem como os principais objetivos e o respetivo desenho da investigação, bem como uma breve síntese da estrutura da tese.

No **capítulo 2**, apresentam-se os principais conceitos ligados à atividade turística que serão fundamentais na operacionalização da investigação empírica que se pretende realizar, nomeadamente, o comportamento espacial e temporal de turistas numa área

urbana multiatração, conceitos de cidade e área urbana e as respetivas atrações turísticas.

Os **capítulos 3 e 4** são dedicados à revisão da literatura dos dois temas centrais deste trabalho: o turismo *backpacker* e o comportamento espaciotemporal dos turistas. No capítulo 3, o turismo *backpacker* é apresentado como um fenómeno complexo e heterogéneo. Além da origem e evolução histórica procede-se à apresentação e discussão dos principais trabalhos de investigação sobre a temática, publicados nas mais importantes revistas científicas internacionais. Considerou-se ainda pertinente, aprofundar a discussão sobre as motivações deste segmento, a relação entre o processo de globalização e o desenvolvimento do turismo *backpacker*, a sua relevância económica e social, bem como o seu impacte ambiental. No **capítulo 4** realiza-se uma revisão sistemática da literatura sobre as principais investigações realizadas no âmbito do comportamento espaciotemporal dos turistas dando especial ênfase aos estudos efetuados num contexto urbano. São referidos os principais modelos de análise, com destaque para os conteúdos teóricos e concetuais da Geografia Temporal e para a concetualização do movimento espaciotemporal dos turistas. Descrevem-se ainda como as principais dimensões e fatores de análise serão operacionalizados, discriminando as principais características apresentadas na literatura como sendo determinantes do comportamento espacial dos turistas: as características do turista, as características do destino e as características da visita.

O **capítulo 5** é dedicado aos métodos e às técnicas de análise do comportamento espaciotemporal dos turistas. A análise dos seus movimentos físicos (no espaço e no tempo) obriga à adoção de um conjunto de técnicas que têm sido descritas como tradicionais (quando não recorrem à utilização de novas tecnologias) e modernas quando é utilizada informação georreferenciada. Apresentadas as suas vantagens e desvantagens, justifica-se neste capítulo a utilização de uma aplicação GPS de *smartphone* (técnica moderna).

No **capítulo 6** é apresentado o processo de investigação bem como a posição filosófica e paradigma(s) subjacentes ao desenvolvimento desta pesquisa. Descrevem-se e discutem-se ainda os métodos da investigação, apresentando a metodologia adotada, o modelo de investigação e o processo de recolha e análise dos dados. Neste sentido, operacionalizam-se as principais características distintivas dos subsegmentos de turistas *backpackers* e procede-se também ao desenho do questionário. Apresenta-se e descreve-se a aplicação GPS de *smartphone* utilizada no rastreamento dos movimentos dos turistas, bem como o seu funcionamento. Posteriormente faz-se a

apresentação dos *softwares* utilizados quer na análise espacial dos dados georreferenciados quer na análise estatística descritiva e bivariada dos dados recolhidos pelo questionário e pela aplicação GPS. Descreve-se ainda a utilização do alinhamento sequencial múltiplo que permite encontrar padrões de movimento espaciotemporais.

O **capítulo 7** dedica-se à caracterização física e humana do destino, enquadrando-o no contexto regional e nacional. Analisa-se ainda a evolução da atividade turística no Porto, ocorrida quer do lado da procura, quer do lado da oferta, com especial destaque para a evolução do número de *hostels* - alojamento de baixo custo habitualmente frequentado por *backpackers*, que disponibiliza diferentes tipos de quartos sendo considerado um importante suporte à mobilidade global dos *backpackers*.

O **capítulo 8** é dedicado à análise dos dados recolhidos através do rastreamento efetuado com a *app* GPS e da aplicação do questionário. Faz-se uma caracterização geral do mercado *backpacker* da cidade do Porto através de uma análise estatística descritiva e analisa-se o comportamento espaciotemporal dos turistas *backpackers* que realizaram o rastreamento, recorrendo a um Sistema de Informação Geográfica (S.I.G.), que permite a análise espacial e temporal dos dados georreferenciados. Depois da construção de cartografia temática, procede-se à realização do alinhamento sequencial múltiplo, através do *software* ClustalG, com o intuito de encontrar padrões de comportamento espaciotemporais. Por fim, procede-se à análise estatística inferencial com recurso a testes estatísticos não paramétricos.

No **capítulo 9**, são apresentadas e discutidas as principais conclusões desta investigação e ainda um conjunto de contributos, quer teóricos e metodológicos, quer ao nível da gestão e marketing do destino Porto. São também apresentadas as principais limitações deste estudo bem como um conjunto de recomendações para futuras pesquisas.

Capítulo 2. Enquadramento conceitual

2.1. Introdução

Este capítulo tem como principal objetivo apresentar e discutir alguns dos principais conceitos ligados à atividade turística que serão fundamentais na operacionalização da investigação empírica que se pretende realizar. Tratando-se de uma pesquisa focada nos turistas *backpackers* e no seu comportamento espacial e temporal numa área urbana multiatração – cidade do Porto -, considerou-se pertinente discutir os conceitos de cidade e área urbana e apresentar os critérios utilizados a nível nacional para classificar um aglomerado populacional como uma cidade.

Segue-se uma breve discussão sobre a importância do turismo urbano, apresentando-se as cidades que mais turistas recebem a nível internacional. A existência de uma terminologia variada relativa a ‘atração turística’ revelou, desde logo, a necessidade de encontrar uma definição rigorosa que possa ser operacionalizada de forma inequívoca nesta investigação e que seja passível de ser utilizada em todas as atrações. A análise e discussão realizada neste capítulo serve ainda de suporte teórico à identificação e sistematização das atrações existentes no destino urbano Porto, apresentadas no capítulo 6 (desenho do questionário) e capítulo 7 (caracterização do destino).

2.2. Abordagens conceituais da atividade turística

A crescente importância económica e social da atividade turística refletida na evolução do número de turistas e receitas geradas, tem despertado o interesse de inúmeros investigadores, das mais diversas áreas disciplinares. Simultaneamente, têm surgido várias definições de turismo, umas mais conceptuais e outras de natureza mais técnica que se distinguem das primeiras por permitirem a sua operacionalização em investigações científicas.

Para Dumazedier (1998) citado por Cunha (2013, p.2), **lazer** “é a atividade à qual as pessoas se entregam livremente, fora das suas necessidades e obrigações profissionais, familiares e sociais, para se descontraírem, divertir, aumentar os seus conhecimentos e a sua espontânea participação social, livre exercício e capacidade

criativa”. Sendo assim, o **lazer** é um conceito mais abrangente, que inclui o tempo disponível que cada indivíduo possui após:

- o trabalho;
- o estudo;
- necessidades básicas, como dormir, comer, entre outras;
- e todas as outras obrigações profissionais, familiares e sociais.

O conjunto de atividades exercidas durante o tempo livre poderão designar-se por atividades de **recreio**, o que pressupõe a realização de alguma atividade e motivação com o objetivo de aumentar a autoexpressão e autoestima. O **turismo** distingue-se do recreio porque implica necessariamente uma deslocação, enquanto o recreio pode ou não dar origem a uma viagem. Por conseguinte, o **turismo** pode ser considerado como uma forma particular de lazer e **recreio**, distinguindo-se pela componente da viagem e duração da mesma, indo ao encontro da proposta de Murphy (1985), segundo o qual o **turismo** é uma atividade relacionada com a deslocação de pessoas para fora das suas áreas de residência habitual (turistas e excursionistas), desde que essas deslocações não se traduzam em permanência definitiva na área visitada.

Numa perspetiva sistémica, o turismo corresponde a um sistema relacionado com a deslocação de pessoas para fora da sua área habitual de residência, por uma ou mais noites, exceto deslocações que tenham como objetivo a obtenção de remunerações (Leiper, 1979). Os elementos do sistema, interligados espacial e funcionalmente, são i) os turistas, ii) as áreas geradoras de turismo, iii) as regiões de trânsito, e iv) uma indústria do turismo que lhe está associada. Possuindo as características de um sistema aberto, a organização destes elementos operacionaliza-se em ambientes amplos que interagem uns com os outros: ambientais, culturais, sociais, económicos, políticos e tecnológicos.

Para Mathieson & Wall (1993) o turismo é um fenómeno multifacetado que implica o movimento e estada de pessoas num destino localizado fora da área de residência habitual. Segundo os mesmos autores (p.14), o turismo é constituído i) por um elemento dinâmico que implica viajar para um determinado destino; ii) por um elemento estático que envolve a estada no destino; e iii) por um elemento consequencial que resulta dos dois elementos anteriores e que está relacionado com as consequências nos subsistemas económico, físico e social com os quais os turistas estão, direta ou indiretamente, em contacto. Esta abordagem acentua a complexidade da atividade turística, englobando a oferta e a procura turística, as deslocações, as relações com o destino visitado e os serviços e produtos turísticos. Numa vertente mais economicista

Smith (1991, citado por Costa, 2005) concetualiza o turismo como um agregado de atividades de negócios que direta ou indiretamente fornecem bens ou serviços que suportam as atividades de lazer e negócio realizadas pelas pessoas fora dos locais de residência habitual.

Segundo a Organização Mundial do Turismo (OMT, 1991 citado por Cunha, 2013, p.7) o **Turismo** “compreende as atividades desenvolvidas por indivíduos (visitantes) no decurso das suas viagens e estadas para e em locais situados fora do seu ambiente habitual por um período consecutivo que não ultrapasse um ano, para fins recreativos, de negócios e outros”.

Existem cinco elementos que devem ser considerados nesta definição:

- Deslocação;
- Residência habitual;
- Duração da permanência;
- Remuneração;
- Motivação.

No entanto, são várias as críticas que têm sido feitas a esta definição. É imprecisa, por não fazer referência a uma distância máxima⁴ e por não escrutinar os territórios a considerar na expressão “residência habitual” e centra-se essencialmente no lado da procura, ou seja, nas atividades desenvolvidas pelos turistas. Tendo em conta o lado da oferta da atividade turística, terá de se incluir “*um vasto conjunto de lugares, organizações, empresas, profissões e relações que se combinam para satisfazerem as necessidades decorrentes das viagens turísticas*” (Cunha, 2013, p.8). Sendo assim, da conjugação de ambas as perspetivas – oferta e procura – o turismo corresponde ao “*conjunto de atividades desenvolvidas pelos visitantes em razão das suas deslocações, as atrações e os meios que as originam, as facilidades criadas para satisfazer as suas necessidades e os fenómenos resultantes de umas e de outras*” (Cunha, 2013, p.9).

Um **turista** corresponde a um visitante que fica pelo menos uma noite no local visitado, podendo ser considerado um **turista internacional** se o local visitado se encontrar fora do país ou um **turista nacional** se o local visitado se localizar dentro do país da área de residência habitual. Segundo a Organização Mundial do Turismo (UNWTO, 2007) um **visitante** corresponde a toda a pessoa que se desloca para fora do seu ambiente habitual de residência, por um período inferior a 12 meses, com um objetivo que não seja o de usufruir de uma atividade remunerada. Se o local visitado se encontrar fora do

⁴ Segundo McCabe (1999) citado por Edelheim (2015, p.5) a atual definição de turista, proposta pela UNWTO, contempla os visitantes que passam pelo menos uma noite num lugar fora da sua residência habitual a pelo menos 50km de distância.

país será um **visitante internacional**, se o lugar visitado se encontrar dentro do país da área de residência habitual será um **visitante nacional**. Se um visitante não pernoitar no local visitado é considerado um **excursionista** (nacional ou internacional dependendo do facto do lugar visitado se encontrar, ou não, fora do país da área de residência habitual).

2.3. A cidade como produto turístico

2.3.1. O processo de urbanização

Em todo o mundo, o processo de urbanização, isto é, o número de pessoas a viver em áreas urbanas, não para de aumentar. Em 1950, 30% da população mundial vivia em áreas urbanas. Atualmente, esse valor já ultrapassou os 54% e com as projeções para 2050 a apontarem para os 66% (United Nations, 2015). Paralelamente, o número de cidades tem igualmente crescido. No ano de 2016, as Nações Unidas revelam a existência de 512 cidades com mais 1 milhão de habitantes (31 das quais tinham mais de 10 milhões de habitantes) projetando para 2030 um aumento para 662, as cidades com mais de 1 milhão de residentes (United Nations, 2016).

Quadro 2. As 15 maiores cidades do mundo segundo a sua população residente.

	Cidades	População em 2016 (milhares)	Estimativa para 2030 (milhares)
1 ^a	Tokyo, Japão	38 140	37 190
2 ^a	Delhi, Índia	26 454	36 060
3 ^a	Shanghai, China	24 484	30 751
4 ^a	Mumbai (Bombay), Índia	21 357	27 797
5 ^a	São Paulo, Brasil	21 297	23 444
6 ^a	Beijing, China	21 240	27 706
7 ^a	Ciudad de México (Mexico City), México	21 157	23 865
8 ^a	Kinki M.M.A. (Osaka), Japão	20 337	19 976
9 ^a	Al-Qahirah (Cairo), Egipto	19 128	24 502
10 ^a	New York-Newark, E.U.A.	18 604	19 885
11 ^a	Dhaka, Bangladesh	18 237	27 374
12 ^a	Karachi, Paquistão	17 121	24 838
13 ^a	Buenos Aires, Argentina	15 334	16 956
14 ^a	Kolkata (Calcutta), Índia	14 980	19 092
15 ^a	Istanbul, Turquia	14 365	16 694

Fonte: United Nations (2016, p.9).

A inexistência de critérios internacionais estandardizados que facilitem a operacionalização do conceito de cidade e dos seus limites dificultam não só a realização de estudos como também eventuais comparações. Pode-se delimitar uma

cidade de acordo com uma **fronteira administrativa** - a "cidade propriamente dita", ou considerar a extensão da área urbana contígua, ou área construída e chamar-lhe "**aglomeração urbana**". Pode-se ainda fazer referência à chamada "**área metropolitana**" e limitar uma cidade tendo em conta o seu grau de interconectividade económica e social com as áreas mais próximas (United Nations, 2016). O conceito de área urbana padece do mesmo problema. Pode-se classificar uma área urbana a partir de um conjunto de critérios administrativos, de um limiar mínimo de população ou densidade populacional, a partir da proporção de população ativa empregada em setores não agrícolas e até mesmo a partir da existência de um conjunto de infraestruturas como estradas pavimentadas, eletricidade, água canalizada ou esgotos e presença de serviços de educação ou de saúde (United Nations, 2015).

Excetuando as cidades de Tóquio e de Nova Iorque, a lista das 15 maiores cidades do mundo é completada com cidades localizadas em países em desenvolvimento onde o processo de urbanização mais tem aumentado devido, entre outros, ao êxodo rural.

Quadro 3. Definições de cidade.

Definição	Fonte
"an urban settlement containing a cathedral and the seat of a bishop... is now generally applied to large urban places".	Johnston, Gregory, Pratt, & Watts, (2000)
"A cidade é uma aglomeração de gente, de capitais e de outras forças de produção num espaço limitado, mas é também uma forma de povoamento, um lugar na paisagem dotado de características peculiares em termos de forma e de imagem".	Medeiros (2005, p.176)
"A cidade é uma entidade individualizada com certa dimensão e densidade onde se desenrola um conjunto expressivo e diversificado de atividades".	Medeiros (2005, p.177)
"...a cidade, concentração de homens, de necessidades, de possibilidades de toda a espécie (trabalho, informação...), com uma capacidade de organização e transmissão, é ao mesmo tempo sujeito e objeto [...]atrai e acolhe habitantes aos quais fornece, através da sua produção própria, do seu comércio e dos seus diversos equipamentos, a maior parte de tudo o que eles necessitam..."	Beaujeu-Garnier (1997, p.23)
"Aglomerado populacional contínuo, com um número de eleitores superior a 8000, possuindo pelo menos, metade dos seguintes equipamentos coletivos: instalações hospitalares com serviço de permanência; farmácias; corporação de bombeiros; casa de espetáculos e centro cultural; museu e biblioteca; instalações de hotelaria; estabelecimentos de ensino preparatório e secundário; estabelecimentos de ensino pré-primário e infantários; transportes públicos, urbanos e suburbanos; parques ou jardins públicos". "Importantes razões de natureza histórica, cultural e arquitetónica poderão justificar uma ponderação diferente dos requisitos enumerados" (Art.º 14º).	INE (2004) Lei n.º 11/82 de 2 de junho (1982)

Fonte: Construção própria.

Como se pode verificar, não é fácil encontrar uma definição geral e consensual que permita classificar alguns aglomerados populacionais como cidades (Salgueiro, 2005, p.176 *in* Medeiros, 2005). No quadro anterior, são apresentadas algumas definições que evidenciam o facto de uma cidade corresponder a um aglomerado ou concentração populacional onde se desenvolvem diversas atividades e onde se localizam um conjunto diversificado de equipamentos. Se em Portugal, existe um conjunto de critérios definidos pela Lei n.º11/82 que nos permite operacionalizar este conceito, a definição de área urbana tem vindo a sofrer algumas alterações. Segundo Edwards, Griffin, & Hayllar (2008, p.1036), uma área urbana é um “lugar que possui os seguintes elementos: uma forte e ampla base económica que é servida por múltiplos centros onde se encontram importantes atividades comerciais e profissionais; uma importante rede de transportes públicos que atua como uma porta de entrada para outras áreas; uma população significativa com uma força de trabalho que se desloca de e para os múltiplos centros; e desenvolvimento devidamente planeado a longo prazo”. Beaujeu-Garnier (1997, p.17) acrescenta ainda que a região urbana corresponde a uma “zona de relações prioritárias diretas e imediatas duma cidade de certa importância com a sua periferia” (*Idem, ibidem*).

Em Portugal, de acordo com a 39.ª Deliberação da Secção Permanente de Coordenação Estatística do Conselho Superior de Estatística publicada no Diário da República, 2ª série, n.º 144, de 29 de julho de 2014, que reviu a tipologia de áreas urbanas, consideram-se, para fins estatísticos, entre outros, a existência de:

- **Espaço Urbano** – “Subsecção estatística que contempla um dos seguintes requisitos: 1) tipificada como "solo urbano", de acordo com os critérios de planeamento dos Planos Municipais de Ordenamento do Território; 2) integra uma secção com densidade populacional superior a 500 habitantes por Km²; 3) integra um lugar com população residente igual ou superior a 5.000 habitantes” (INE, 2009).
- **Espaço Semiurbano** – “Subsecção estatística tipificada como "solo não urbano", de acordo com os critérios de planeamento dos Planos Municipais de Ordenamento do Território, que não foi incluída previamente na categoria de espaço urbano, e contempla, pelo menos um dos seguintes requisitos: 1) integra uma secção com densidade populacional superior a 100 habitantes por Km² e inferior ou igual a 500 habitantes por Km²; 2) integra um lugar com população residente igual ou superior a 2.000 habitantes e inferior a 5.000 habitantes” (INE, 2009).

- **Área predominantemente urbana (APU)** – “Freguesia que contempla, pelo menos, um dos seguintes requisitos: 1) o maior valor da média entre o peso da população residente na população total da freguesia e o peso da área na área total da freguesia corresponde a espaço urbano, sendo que o peso da área em espaço de ocupação predominantemente rural não ultrapassa 50% da área total da freguesia; 2) a freguesia integra a sede da Câmara Municipal e tem uma população residente superior a 5.000 habitantes; 3) a freguesia integra total ou parcialmente um lugar com população residente igual ou superior a 5.000 habitantes, sendo que o peso da população do lugar no total da população residente na freguesia ou no total da população residente no lugar, é igual ou superior a 50%” (INE, 2009).

Segundo o Instituto Nacional de Estatística, “a análise da população residente nas cidades portuguesas, em geral cidades de média dimensão, evidencia disparidades na distribuição e na dimensão populacional das mesmas, sendo que apenas duas - as cidades de Lisboa e do Porto - concentravam mais de 200 mil habitantes, num total de sete cidades com mais de 100 mil indivíduos” (INE, 2016, p.47), revelando ainda uma nítida tendência de concentração da população nos territórios metropolitanos de Lisboa e Porto. No entanto, salienta-se o facto da cidade de Lisboa ter assistido, entre 2000 e 2016, a uma diminuição de 48% para 43% a sua proporção no total da população urbana portuguesa (United Nations, 2016).

Em 2015 existiam em Portugal 159 cidades onde residiam 4,5 milhões de indivíduos, ou seja, 43% da população residente em Portugal (INE, 2016, p.45): 54 cidades na região Norte; 43 na região Centro; 21 no Alentejo; 17 na área Metropolitana de Lisboa; 11 no Algarve; 7 na Região Autónoma da Madeira e 6 na Região Autónoma dos Açores.

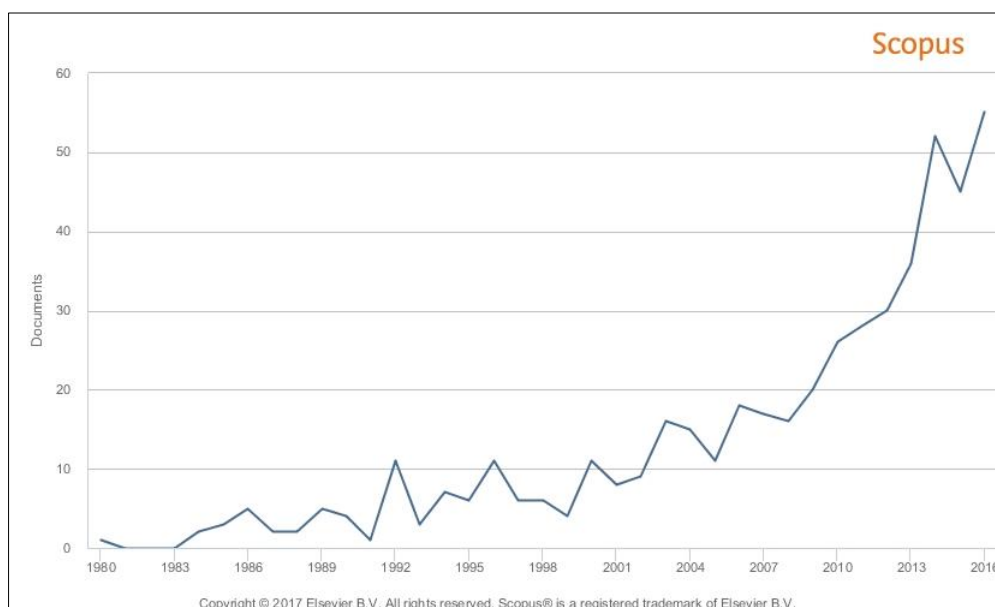
2.3.2. Turismo urbano

Intimamente ligado ao fenómeno da urbanização, o turismo urbano está longe de ser um conceito simples (Smith, 2006; Smith, 2006 citados por Ashworth & Page, 2011, p.3). A maioria dos turistas tem origem em cidades tendo como destino das suas férias outras áreas urbanas (Ashworth & Tunbridge, 1990), pelo que o turismo é importante para as cidades e vice-versa. A atividade turística é apenas mais uma, entre muitas atividades económicas presentes nas cidades que competem com várias outras atividades pelos recursos trabalho e território (Edwards *et al.*, 2008), no entanto, apesar dos turistas utilizarem de forma intensa as infraestruturas e serviços urbanos, poucas são as cidades que os criaram especificamente para uso turístico (Ashworth & Page, 2011).

Como as cidades são áreas multifuncionais, onde se encontram essencialmente áreas residenciais, comércio, os mais variados serviços, desde a saúde à educação, concentram igualmente uma larga oferta cultural, que com maior ou menor importância, atraem visitantes e turistas.

O interesse dos investigadores pelo tópico “turismo urbano” tem sido crescente (gráfico 1). Como podemos verificar, desde o início da década de 80 do século XX que o número de publicações sobre turismo urbano não para de aumentar, totalizando, no final de 2016, 492 documentos, entre os quais, 368 artigos, 44 capítulos de livros, 9 livros, entre outros.

Gráfico 1. Evolução do número de documentos publicados sobre o tópico “turismo urbano” na plataforma Scopus (1980-2016).



Fonte: www.scopus.com (consulta efetuada no dia 13 de julho de 2017).

As áreas disciplinares mais representativas foram as Ciências Sociais (67,7%), Negócios, Gestão e Contabilidade (45,3%), Ciências Ambientais (15%), Ciências da Terra (14,6%), Engenharia (10,8%), entre outros, revelando a natureza multidisciplinar das pesquisas que têm sido efetuadas e que segundo Ashworth & Page (2011), permanecem fracamente conectadas por constructos teóricos ou concetuais. Segundo estes autores, os principais temas de interesse das investigações relacionadas com o turismo urbano são o marketing e a imagem de lugar, gestão e planeamento, agendas culturais, impactes, sustentabilidade, perceção e satisfação do visitante, entre outros.

O turismo urbano existe desde o surgimento das primeiras cidades na Mesopotâmia e Suméria onde as pessoas, com os meios e disposição a fazer turismo, foram sendo atraídas por áreas urbanas com o intuito de visitar e experimentar uma multiplicidade de

novas coisas. Essas cidades transformaram-se em importantes pontos de encontro e de estímulo à criação cultural - arte, música, literatura e fantásticas obras de arquitetura e *design* urbano. Foi a concentração, variedade e qualidade dessas atividades e atributos que criaram a sua capacidade de atração e colocaram determinadas cidades no mapa do turismo (Karski 1990, p. 15 citado por Edwards *et al.*, 2008). Sendo assim, pode-se considerar como turismo urbano a atividade turística realizada em áreas classificadas como urbanas, desde que o visitante aí permaneça, pelo menos uma noite.

Atualmente, grande parte da atividade turística mundial decorre nos principais centros urbanos que recebem milhões de turistas. No topo das cidades que mais turistas internacionais recebe, encontram-se Hong Kong, Bangkok e Londres, ambas com mais de 20 milhões de chegadas (quadro 4). Em 2015, segundo o ranking elaborado pelo Euromonitor Internacional (2017) a única cidade portuguesa a aparecer na lista das cidades com o maior número de chegadas era Lisboa, com quase 3 milhões de turistas internacionais. Em 2018, Lisboa aproxima-se dos 4 milhões de chegadas e o Porto aparece pela primeira vez na lista dos maiores destinos urbanos do mundo (96ª posição) tendo subido 44 posições entre 2012 e 2018 (Geerts, 2018).

Quadro 4. Cidades mais visitadas no mundo por turistas internacionais em 2018.

Ranking	Cidade	País	Chegadas ('000)
1	Hong Kong	Hong Kong, China	29.827.2
2	Bangkok	Tailândia	23.688.8
3	Londres	Reino Unido	20.715.9
4	Singapura	Singapura	18.551.2
5	Macau	Macau	18.931.4
6	Paris	França	16.863.5
7	Dubai	Emirados Árabes Unidos	16.658.5
8	Nova Iorque	E.U.A	13.500.0
9	Kuala Lumpur	Malásia	13.434.3
10	Shenzhen	China	12.437.3
(...)	(...)	(...)	(...)
	Istanbul	Turquia	12.121.1
31	Barcelona	Espanha	6.726.0
(...)	(...)	(...)	(...)
43	Madrid	Espanha	5.512.6
(...)	(...)	(...)	(...)
62	Lisboa	Portugal	3.790.5
(...)	(...)	(...)	(...)
96	Porto	Portugal	2.391.5

Fonte: Geerts (2018)

Em Portugal, o número de dormidas nas principais áreas urbanas também tem aumentado com consequências muito positivas no tecido urbano onde o património urbanístico e imobiliário se mantém, embora modernizado com obras de remodelação

ou beneficiação, contribuindo para a revitalização de espaços há muitos anos abandonados e degradados. Embora algumas críticas possam ser apontadas a fenómenos de gentrificação e de aumento dos preços das rendas dos imóveis que afasta as pessoas de menores rendimentos, o desenvolvimento da atividade turística nos principais centros urbanos portugueses tem atraído investidores privados que têm conduzido ao surgimento novas empresas e oportunidades de emprego.

2.3.3. Atrações em destinos urbanos: definições e critérios de classificação

A existência de uma terminologia variada relativa a 'atração turística' revela a necessidade de identificar uma definição rigorosa que possa ser operacionalizada de forma inequívoca em investigações em Turismo e que seja pertinente para todas as atrações. Segundo Fyall *et al* (2008) citados por Edelheim (2015, p.4), "as atrações representam um setor complexo da indústria turística não sendo verdadeiramente bem compreendidas". Na mesma linha, Fernandes, Pais & Pereira (2009) citando Swarbrooke (1995) salientam que a dificuldade existente em definir atração [turística] deve-se:

- i) à dificuldade em estimar o número de visitantes acima do qual um determinado local é classificado como uma atração;
- ii) e a intenção com que se visita o local.

Muitas das investigações publicadas sobre atrações estão frequentemente relacionadas com categorias como a localização, tipo de produto, questões ligadas à gestão ou experiência do visitante (Leask, 2010) pelo que, segundo esta autora, a importância das atrações pode também ser vista de diferentes perspetivas, quer dos visitantes, dos recursos existentes ou da sua importância no desenvolvimento do destino.

Quadro 5. Definições de atrações turísticas

Definição	Autores
“De acordo com o mesmo autor, um fenómeno deve ter três componentes para ser considerado uma atracção: um turista, um local para ser visto e um marcador (meio de informação turística) que fornece informação sobre o local”.	MacCannell (1976) citado por Fernandes <i>et al.</i> (2009, p.1449)
“Atrações turísticas são, por definição, tudo que atrai turistas”.	Lundberg (1985) citado por Fernandes <i>et al.</i> (2009, p.1448)
“Atrações, por definição, têm a capacidade de atrair pessoas... têm como objetivo satisfazer as necessidades recreativas dos visitantes. Podem ser desenvolvidas em qualquer lugar e atuar como indutoras de crescimento, com tendência a serem desenvolvidas em primeiro lugar em regiões turísticas”.	Mill & Morrison (1992, p.265)
“... existem três tipos básicos de atrações: ideográficas, cognitivas e organizacionais”.	Lew (1987) citado por Edelheim (2015, p.9)
“Um determinado recurso permanente que é gerido e direcionado para o prazer, divertimento, entretenimento e educação do público visitante”.	Middleton, 1988 citado por Fernandes <i>et al.</i> (2009, p.1448)
“As atrações são elementos do ambiente do destino que, individualmente e em conjunto, servem como principal motivação das visitas turísticas”	Middleton (1989, p. 573) citado por Caldeira (2014)
“Uma atração turística é um sistema que compreende três elementos: um turista ou elemento humano, um núcleo ou elemento central e um ‘marcador’ ou elemento informativo. A atração turística ganha existência quando os três se combinam”	Leiper (1990, p. 371) citado por Caldeira (2014, p.56)
Uma atração turística é um sítio denominado, com uma característica humana ou natural que é foco de atenção por parte de visitantes e sua gestão”.	Pearce (1991, p.46) citado por Kang, Lee, Kim, & Park, 2018, p.358)
“As atrações turísticas consistem em todos aqueles elementos do espaço ‘extra residência’ que arrastam viajantes discricionários para fora das suas residências. Incluem habitualmente paisagens para observar, atividades em que participar e experiências para recordar”	Lew (1994, p. 291) citado por Fernandes <i>et al.</i> (2009) e Caldeira (2014)
“Atrações são aqueles locais desenvolvidos que são planeados e geridos para o interesse, atividade e divertimento do visitante”	Gunn, 1994 citado por Fernandes <i>et al.</i> (2009, p.1448)
“Uma atração turística é um lugar de interesse que oferece aos turistas nacionais ou internacionais, bem como a residentes, de forma sazonal ou anual, atividades de lazer e/ou educação. Não inclui atividades desportivas tradicionais, apresentações teatrais ou cinematográficas ou eventos especiais com um período de operação limitado”.	Deloitte (1999) citado por Edelheim (2015, p.16)
“Um destino estabelecido de forma permanente, tendo como um dos seus principais objetivos permitir o acesso do público para entretenimento, interesse ou educação, em vez de ser basicamente um ponto de venda ao público ou um lugar para a realização de manifestações desportivas, teatrais e cinematográficas. Deve estar aberta ao público em períodos divulgados todos os anos e deverá ser capaz de atrair excursionistas ou turistas, assim como residentes locais”	Comissão Europeia (2003, p. 36) citada por Caldeira (2014, p.57)
“As atrações consistem em clusters de características atrativas, nas quais várias necessidades podem ser satisfeitas, com o fator decisivo ‘tempo gasto na atração’ a ser a medida do seu desempenho.”	Botti <i>et al.</i> (2008) citados por Edelheim (2015, p.13)
“Uma atração turística é um recurso permanente que deriva todo ou em parte do pagamento de visitantes e que é administrado para o propósito primário de lazer e prazer do visitante”.	Fernandes <i>et al.</i> (2009)
“... TAs [Tourist attractions] são socialmente construídas, baseadas em textos consumidos antes, durante e depois dos turistas as terem experienciado... por conseguinte, uma atração turística é constituída por turistas, textos, histórias e uma fábula.	Edelheim, 2015 citado por Kang, Lee, Kim & Park, 2018, p.358)

Fonte: Adaptado de Caldeira (2014); Edelheim (2015); Fernandes *et al.* (2009); Kang, Lee, Kim & Park (2018); Leask (2010); Mill & Morrison (1992).

Se para a Comissão Europeia ou para o Scottish Tourist Board (Caldeira, 2014, p.56-57) “lugares destinados à realização de eventos desportivos, teatrais ou

cinematográficos não são considerados atrações, se não forem um destino de visita permanente”, também para Middleton & Clarke (2001) citados por Leask (2010, p.156) as atrações são “recursos permanentes orientados para a apreciação do visitante, entretenimento e educação”, excluindo eventos temporários de atração de visitantes. No entanto, para Lundberg (1985) e Mill & Morrison (1985) citados por Fernandes *et al.* (2009, p.1448), “tudo o que atrai turistas ou pessoas pode ser considerado uma atração”, reforçando a ideia defendida por Caldeira (2014, p.58) em que várias definições “têm presente uma espécie de força magnética ou influência gravitacional que liga as atrações aos seus visitantes”.

Embora a utilização de definições mais técnicas facilitem a operacionalização das mesmas, segundo Leask (2003, pp.10-11) citado por Caldeira (2014, p.59), “estas definições não refletem a mudança dos padrões de lazer e de desenvolvimento do produto, não incluindo eventos temporários, atrações que não cobram entrada e novos complexos integrados, desportivos e comerciais que se combinam com outros equipamentos e serviços de lazer”.

Contextualizando-se esta investigação num destino urbano, onde se reconhece a existência de um variado número de atrações de diferentes tipologias, privilegiou-se a utilização de uma definição mais alargada, defendida por Caldeira (2014) na sua investigação sobre a análise do comportamento espacial do turista em visita a Lisboa. Sendo assim, para efeitos desta investigação, e a partir dos contributos de Middleton (1989, p. 573 citado por Caldeira, 2014), Lew (1994, p. 291 citado por Fernandes *et al.* 2009 e Caldeira 2014) e Mill & Morrison (1992) (quadro 5) consideram-se atrações turísticas todos os elementos existentes num território que individualmente e em conjunto, temporariamente ou em definitivo, servem como principal motivação das visitas turísticas (incluindo paisagens, atividades e experiências) sendo, por isso, capazes de atrair turistas.

Considerando a existência de diversos tipos de atrações e eventos, facilmente se entende o surgimento de inúmeras classificações, que utilizando diferentes métodos e critérios, dão origem a classificações de atrações turísticas, mais, ou menos complexas. A partir de Mill & Morrison (1992), Fernandes *et al.* (2009), Caldeira (2014) e Edelheim (2015), construiu-se o quadro 6, que apresenta um conjunto de critérios e variáveis que podem ser utilizados para classificar atrações.

Quadro 6. Critérios de classificação das atrações

Critérios de classificação	Variáveis	Autores
Origem	Natural, modificado pelo homem, feito pelo homem	Pearce <i>et al.</i> , 1998; Wall, 1997; Yale, 1996; Lavery and Van; Doren, 1990 citados por Fernandes <i>et al.</i> (2009, p.1455)
	Natural, feito pelo homem, feito pelo homem com fins turísticos, eventos especiais	Swarbrooke, 1995 citado por Fernandes <i>et al.</i> (2009)
Raio de atração	Internacional, nacional, regional, local	Pearce <i>et al.</i> , 1998; Wall, 1997; Swarbrooke, 1995; Mill & Morrison (1992, p.268); Fernandes <i>et al.</i> (2009, p.1455); Leask (2003, p.7) citado por Caldeira (2014, p.62).
Mercado	Nichos, todos os turistas, sobretudo visitantes locais	Weaver & Lawton (2010) citado por Edelheim (2015, p.13)
Estruturas/ Equipamentos	Interior (cobertas) v. exterior (ar livre)	Wall, 1997; Yale, 1996 citados por Fernandes <i>et al.</i> (2009, p.1455) e Caldeira (2014, p.62).
Natureza jurídica da propriedade	Pública v. Privada	Mill & Morrison (1992); Pearce <i>et al.</i> , 1998; Wall, 1997; Gunn, 1994 citados por Fernandes <i>et al.</i> (2009, p.1455); Gunn & Var, 2002; Leask, 2003 citados por Caldeira (2014, p.62).
Permanência	Permanente, sazonal, ocasional	Mill & Morrison (1992); Wall, 1997 citado por Fernandes <i>et al.</i> (2009, p.1455) e Caldeira (2014, p.62).
Taxa de acesso	Entrada paga v. entrada gratuita	Yale, 1996 citado por Fernandes <i>et al.</i> (2009, p.1455); Leask, 2003 citado por Caldeira (2014, p.62).
Finalidade	Com ou sem fins lucrativos	Weaver & Lawton (2010) citado por Edelheim (2015, p.13)
Nº de visitas	Nº de visitas	Pearce <i>et al.</i> , 1998; Swarbrooke, 1995 citados por Fernandes <i>et al.</i> (2009, p.1455).
Capacidade de carga	Reduzida, elevada	Weaver & Lawton (2010) citado por Edelheim (2015, p.13)
Escala/Âmbito	Primário (estada prolongada) v. Secundário (excursão)	Swarbrooke, 1995; Mill & Morrison (1992); Gunn, 1994 citados por Fernandes <i>et al.</i> (2009, p.1455) e Caldeira (2014, p.62).
	Circuito v. Longa estada	Gunn & Var, 2002 citado por Caldeira (2014, p.62).
Localização	Rural, litoral, urbana	Swarbrooke, 1995; Gunn, 1994 citados por Fernandes <i>et al.</i> (2009, p.1455)
Dimensão do sítio		Swarbrooke, 1995 citado por Fernandes <i>et al.</i> (2009, p.1455)
Distribuição espacial	Aglomerado v. Isolado	Robinson, 1976 citado por Fernandes <i>et al.</i> (2009, p.1455).
Acessibilidade	Acessível, quase inacessível	Weaver & Lawton (2010) citado por Edelheim (2015, p.13)
Autenticidade	Simulada, encenada, negação da autenticidade, autêntica, imitação	Cohen, 1979 citados por Fernandes <i>et al.</i> (2009, p.1455) e Caldeira (2014, p.62); Weaver & Lawton (2010) citado por Edelheim (2015, p.13).
Imagem	Familiar, negativa, positiva	Weaver & Lawton (2010) citado por Edelheim (2015, p.13)
Ocupação do espaço/ configuração espacial	Ponto, linha, área	Wall, 1997 citados por Fernandes <i>et al.</i> (2009, p.1455) e Caldeira (2014, p.62).
	Nodais, lineares	Holloway, 2002 citado por Caldeira (2014, p.62); Weaver & Lawton (2010) citado por Edelheim (2015, p.13)
Importância das atrações	Atrações primárias, secundárias e terciárias	Leiper, 1990 citado por Botti, Peypoch, & Solonandrasana (2008, p.594)

Fonte: Adaptado de Botti *et al.*, (2008); Caldeira (2014); Edelheim (2015); Fernandes *et al.* (2009); Mill & Morrison, (1992).

As atrações localizadas no espaço urbano do Porto são bastante diversificadas, maioritariamente de origem humana, com dimensões distintas e dispersas pelo território

embora se denote uma maior concentração das mesmas no chamado centro histórico da cidade, classificado pela UNESCO como Património da Humanidade. São na sua maioria atrações de natureza pública, embora existam atrações privadas que recebem um grande número de visitantes, como por exemplo, os jardins e museu de Serralves, o Museu do Futebol Clube do Porto ou as caves do Vinho do Porto⁵, o que justifica a existência de taxas de acesso para visitar as mesmas. A maioria das atrações são também permanentes, embora alguns eventos ocasionais e ou sazonais, como festivais, exposições e eventos desportivos atraiam um grande número de visitantes.

Há também atrações mais importantes do que outras e de acordo com Leiper (1990) citado por Botti, Peypoch, & Solonandrasana (2008, p.594) podem ser objeto de uma classificação hierarquizada que distingue entre atrações primárias, secundárias e terciárias. A atração "primária" corresponde ao propósito da visita, desempenhando um papel decisivo na escolha do destino. As atrações "secundárias" e "terciárias" não desempenhando um papel decisivo na escolha do destino, distinguem-se pelo facto dos turistas conhecerem ou não a sua existência antes da sua chegada. Esta classificação pode ser, por isso, muito útil na descrição e explicação dos padrões de comportamento dos turistas, e, por ventura, na estratégia de marketing, planeamento e gestão dos destinos (Edelheim, 2015).

De qualquer modo, as áreas urbanas caracterizam-se por reunirem um conjunto diversificado de atrações sendo mais provável, segundo Hunt & Crompton (2008) que as pessoas visitem uma área com múltiplas atrações do que uma área onde existam poucas atrações, já que estas procuram variedade e uma redução do risco de insatisfação com uma atração, satisfazendo as preferências de vários elementos do grupo de viagem e reduzindo constrangimentos financeiros e temporais (Lue i., 1996 citados por Hunt & Crompton, 2008, p.238). Além disso, as viagens efetuadas a destinos urbanos são, frequentemente, viagens multiatração, em que o turista, durante a sua estada, visita várias atrações existentes na cidade (Caldeira, 2014; Grinberger *et al.*, 2014; Hunt & Crompton, 2008; McKercher, Wong & Lau, 2006; Shoval, McKercher, Birenboim, & Ng, 2015; Tchetchink, Fleischer, & Shoval, 2009).

Como habitualmente, “a maioria das atrações está localizada no centro das cidades, existe uma maior densidade de atrações no centro que diminui em direção à periferia” (Jung, 2010, p.15 citado por Caldeira, 2014, p.68) – e o Porto não é exceção.

⁵ Nota: Apesar das caves de vinho do Porto estarem localizadas numa freguesia do concelho de Gaia estão intimamente ligadas à história da cidade do Porto sendo habitualmente incluídas nos roteiros turísticos do destino Porto. Por conseguinte, serão referidas neste estudo como atrações do destino Porto.

Consequentemente, os fatores temporais devem também ser tidos em conta, já que turistas com mais constrangimentos temporais tendem a procurar uma maior eficiência espaciotemporal enquanto visitam as atrações (Xia, 2007).

A partir dos critérios de classificações de atrações, descritos no quadro 6, podemos concluir que alguns critérios e respetivas variáveis poderão dar um contributo importante na análise dos padrões de comportamento espaciotemporal dos turistas, nomeadamente do segmento *backpacker*.

- i. **Raio de atração** - Internacional, nacional, regional, local;
- ii. **Importância das atrações** - atrações primárias, secundárias e terciárias;
- iii. **Escala/Âmbito** - Primário (estada prolongada) v. Secundário (excursão); Circuito v. Longa estada;
- iv. **Permanência** – Atrações permanentes ou sazonais
- v. **Ocupação do espaço** - Ponto, linha, área; atrações nodais ou lineares;
- vi. **Distribuição espacial** - Aglomerado v. Isolado;
- vii. **Taxa de acesso** - Entrada paga v. Entrada gratuita.

Os constrangimentos financeiros de muitos *backpackers* poderão limitar o tipo e número de atrações a visitar e atividades a desenvolver durante a visita a um centro urbano, com maior probabilidade das atrações gratuitas serem mais visitadas. Por conseguinte, a distribuição espacial das atrações poderá também ser fundamental, já que aquelas mais isoladas, e eventualmente pior servidas pela rede de transportes públicos, poderão ser menos visitadas, sobretudo se não se tratar de atrações primárias.

No capítulo 7, referente à caracterização do destino, procede-se à identificação e operacionalização das principais atrações do destino urbano Porto.

2.4. Conclusão

O aumento significativo do número de turistas em destinos urbanos um pouco por todo o mundo justifica o interesse crescente dos investigadores pela temática do turismo urbano, em domínios tão variados como os impactes e sustentabilidade, regeneração urbana, transportes e infraestruturas, marketing, gestão e planeamento, entre outros. Depois de apresentados alguns dos principais conceitos ligados à atividade turística que serão utilizados durante esta investigação, considerou-se pertinente discutir neste capítulo, os complexos conceitos de cidade e área urbana uma vez que o foco desta investigação são os turistas *backpackers* de visita à cidade do Porto.

Detentora de um numeroso e diversificado conjunto de atrações onde se inclui um interessante centro histórico classificado pela UNESCO como Património da Humanidade, a cidade tem atraído um grande número turistas nacionais e internacionais, tendo entrado recentemente para a lista das 100 cidades mais visitadas em todo o mundo, subindo 44 posições entre 2012 e 2018. Neste capítulo, apresentou-se ainda um conjunto de definições de atração turística e respetivos critérios de classificação, discutindo-se a sua operacionalização. A partir dos critérios de classificações de atrações identificaram-se ainda os critérios e respetivas variáveis que poderão dar um contributo importante na análise dos padrões de comportamento espaciotemporal dos turistas *backpackers*, segmento turístico que será analisado no capítulo que se segue.

Capítulo 3. Turismo *backpacker*: um fenómeno complexo e heterogéneo

3.1. Introdução

Este capítulo tem como objetivo principal proceder à revisão sistemática da literatura dos estudos publicados sobre turismo *backpacker*. Constituído, no passado, por um pequeno e negligenciável grupo de viajantes errantes a que Cohen (1972) chamou de *drifters*, os *backpackers* tornaram-se, nas últimas décadas, num poderoso segmento turístico (Reichel, Fuchs, & Uriely, 2009) constituído por viajantes predominantemente jovens, que planeiam e preparam a sua própria viagem, procurando um contacto cultural direto, a novidade, espontaneidade e risco.

Apesar das atuais dinâmicas demográficas da generalidade dos países ocidentais se caracterizarem pelo acentuado envelhecimento da população, como resultado da contínua redução da natalidade e do aumento da esperança média de vida, o turismo jovem tem vindo a crescer e a afirmar-se como um dos mais importantes segmentos turísticos a nível mundial, como provam os mais de 200 milhões de viagens internacionais registadas anualmente desde 2012 (Tourism Research and Marketing, 2013) e as estimativas da WYSE Travel Confederation (2016) que prevê que o valor de mercado do turismo atingirá em 2020, 400 mil milhões de US\$. Para estes resultados, contribuem, entre outros, o aumento do rendimento disponível, a vulgarização de um conjunto de inovações tecnológicas (Hannam & Diekmann, 2010 citados por Paris, 2012), o aumento do número de anos de escolaridade e o aumento da classe média nos países em desenvolvimento, nomeadamente, os asiáticos. Atuando como verdadeiros nómadas globais (Richards, 2015; Richards & Wilson, 2004a), o crescente número de jovens a viajar de mochila às costas tem vindo a diversificar-se, tornando este fenómeno progressivamente mais complexo, como comprovam as suas diferentes motivações e comportamentos, as suas características psicográficas e até mesmo, alguns aspetos relativos à sua mobilidade.

O presente capítulo encontra-se estruturado da seguinte forma: depois de apresentada a origem e evolução histórica do turismo *backpacker* é realizada uma profunda revisão

da literatura na qual são discutidos os principais trabalhos de investigação sobre a temática, publicados nas mais importantes revistas científicas internacionais. Posteriormente faz-se uma abordagem às principais definições de *backpacker* sugeridas na literatura, sendo proposto um quadro síntese com as principais características distintivas dos vários subsegmentos com o intuito de facilitar a operacionalização destes conceitos. Considerou-se ainda pertinente, aprofundar a discussão sobre as motivações deste segmento, explorar as inter-relações existentes entre o processo de globalização e o desenvolvimento do turismo *backpacker*, a sua relevância económica e social, e ainda os seus impactes ambientais.

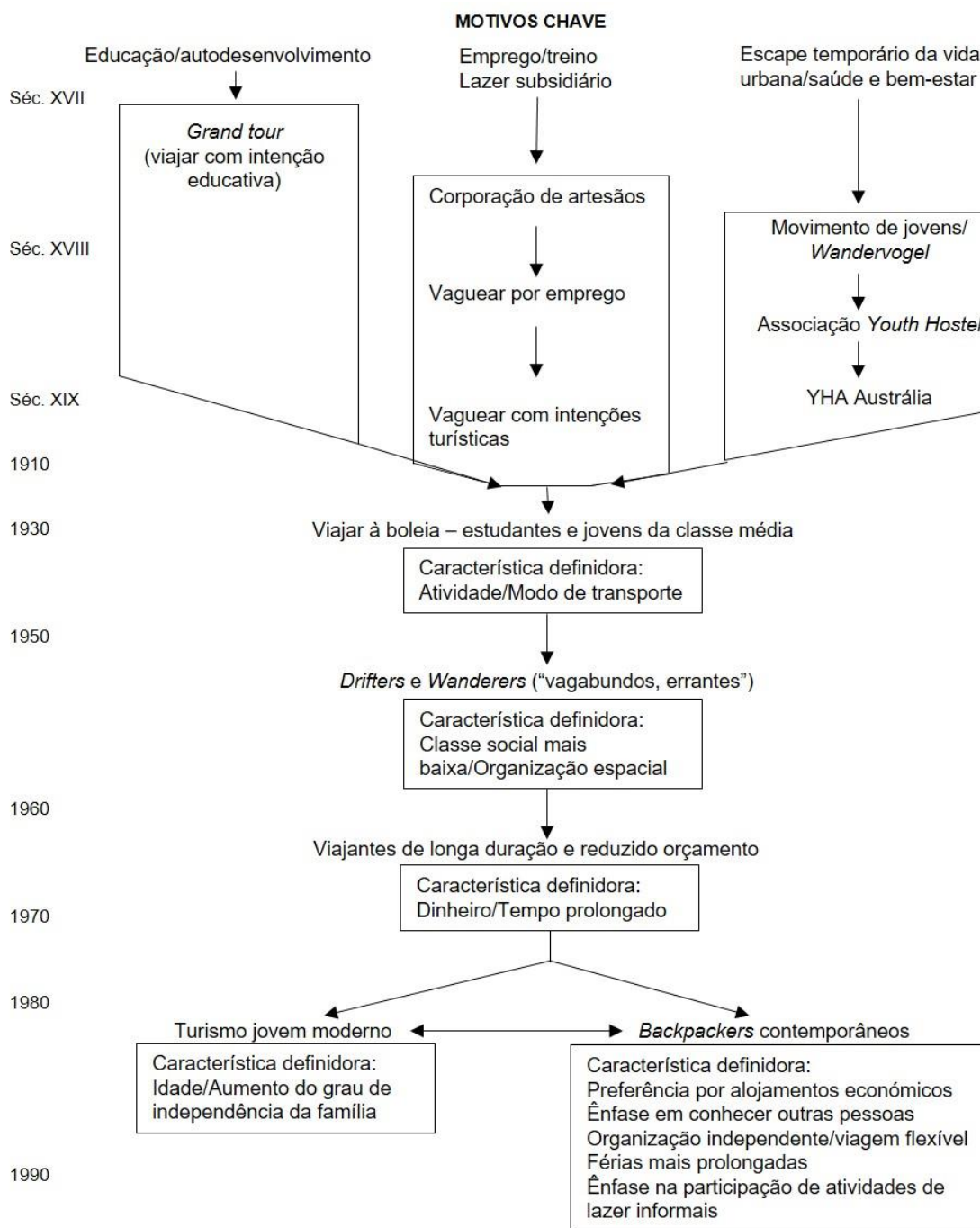
3.2. Origem e evolução histórica

Com base na literatura existente, a evolução histórica do turismo *backpacker* tem sido apresentada como tendo origem no *Grand Tour* dos séculos XVII e XVIII (Adler, 1985; Loker-Murphy & Pearce, 1995; O'Reilly, 2006) e/ou no fenómeno *drifter* descrito por Cohen (1972) quando este fez referência à existência de turistas institucionalizados e turistas não institucionalizados (Ateljevic & Doorne, 2004; Reichel, Fuchs, & Uriely, 2007; Uriely, Yonay, & Simchai, 2002). Fornecendo uma base para contextualizar o comportamento em termos da sociedade e da mudança, segundo Cohen (1972), os turistas não institucionalizados, como os *drifters*, viajavam por razões puramente hedonísticas e eram vistos como *hippies* cujos comportamentos anárquicos, ligados ao consumo de drogas e mendigagem, estavam conotados com o movimento contracultura dos anos 60 e 70 do século XX. Eram, por isso, considerados um problema social. Loker-Murphy & Pearce (1995) descrevem-nos como sendo muitos jovens, e abandonando os *standards* convencionais e os seus modos de vida, partiam em viagem por longos períodos de tempo.

A contribuição de Vogt (1976) abriu a porta para a exploração da dinâmica interna da cultura *backpacker* e da psicologia do consumidor, classificando estes turistas não institucionalizados, como *wanderes*, descrevendo-os como viajantes que procuram autonomia, independência e, por conseguinte, motivados pela necessidade que sentem em investir no seu crescimento pessoal, no seu autoconhecimento e no conhecimento de outras pessoas e culturas. O quadro concetual apresentado por Cohen (1972) e Vogt (1976), segundo Ateljevic & Doorne (2004) foi fundamental para apoiar as investigações e trajetórias teóricas posteriores sobre o turismo *backpacker*.

Paralelamente ao crescimento deste segmento de turistas, as viagens aéreas foram ficando mais baratas e foram surgindo infraestruturas de apoio como transportes e alojamentos de baixo custo, entre outros. A publicação de guias de viagem como o

Lonely Planet e o crescente fluxo de informação boca a boca entre viajantes mais experientes e principiantes contribuíram para que o turismo *backpacker* passasse rapidamente de fenómeno marginal a uma das mais importantes tendências do turismo contemporâneo (Kannisto, 2014).



Fonte: Loker-Murphy & Pearce (1995, p.821)

Figura 2. Evolução do fenómeno *backpacker*.

Para Loker-Murphy & Pearce (1995) é necessário recuar mais na história para explicar a origem do turismo *backpacker*, que segundo estes autores, remonta ao *Grand Tour*

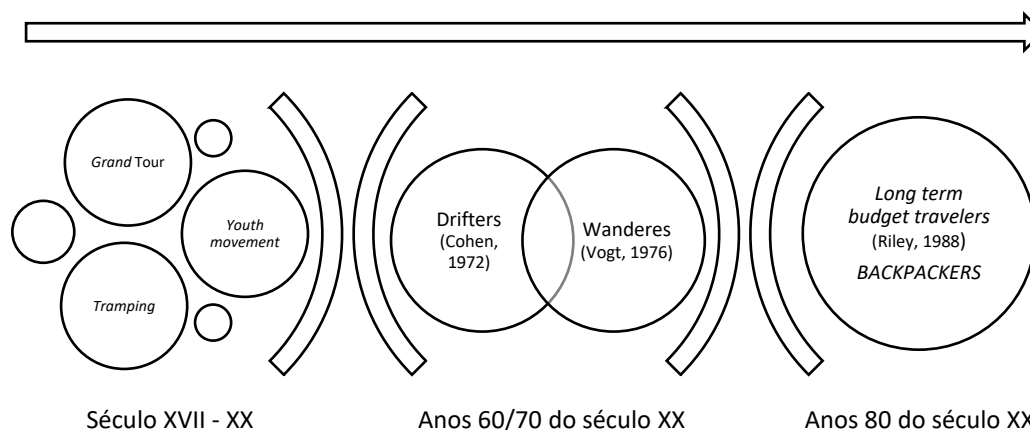
Europeu dos séculos XVII e XVIII onde jovens aristocratas, ricos e educados, com intenções puramente educativas, partiam em viagens de aventura por países distantes para contactar com os seus povos e experimentar modos de vida desconhecidos e exóticos. Encaradas como uma forma de enriquecimento cultural e de aperfeiçoamento, contribuindo, por exemplo, para o aumento da sofisticação e de uma consciência social, os jovens adotavam, por vezes, o modo de vida dos seus anfitriões (Loker-Murphy & Pearce, 1995).

Com o desenvolvimento da revolução industrial, dos caminhos-de-ferro e conseqüentemente maiores oportunidades de emprego, muitos jovens europeus de famílias menos abastadas começaram também, no século XIX, a procurar trabalho noutros países, numa espécie de *compulsory travel* (Loker-Murphy & Pearce, 1995) conhecida no meio anglo-saxónico como “*tramping*”, ou seja, procurar emprego enquanto se viaja. Se inicialmente os objetivos destas viagens eram puramente laborais (*tramping for work*), os jovens do sexo masculino que trabalhavam passaram também a relacioná-las com a atividade turística (*tramping for tourism purposes*). Tanto o *Grand Tour*, como o *tramping*, funcionavam como uma espécie de ritual que marcava a separação dos jovens de casa e da família enquanto a viagem oferecia uma oportunidade para turismo, aventura e educação, como evidenciado por Adler (1985), referindo que deu um importante contributo para o conhecido turismo *backpacker*.

O surgimento dos movimentos juvenis nos finais do século XIX também tiveram um papel importante na evolução do turismo *backpacker*. Com o aumento da urbanização e como reação às condições de vida das cidades industriais do século XIX começaram a surgir os primeiros movimentos juvenis, onde jovens adultos dos países europeus mais desenvolvidos começaram a descobrir e valorizar as áreas naturais rurais. Em 1844 é fundado no Reino Unido, o “Young Men Christian Association” (YMCA), seguido do “Young Women Christian Association” (YWCA), onze anos depois, fornecendo alojamento económico⁶ e um conjunto de atividades culturais aos jovens que viajavam (Loker-Murphy & Pearce, 1995). Nos países europeus de língua alemã começavam também a surgir clubes “*Homeland and Rambling*” que forneciam alojamentos económicos e um conjunto de serviços como mapas e guias para *caminhantes*. Em 1909, o professor alemão, *Richard Schirrmann*, persuadiu os seus colegas a permitir que as suas escolas fossem utilizadas como dormitórios durante os seus períodos de férias. Em 1910, surge a primeira pousada da juventude (*youth hostel*) dando origem, pouco depois à fundação da “*German Youth Hostel Association*” (YHA). Atualmente a

⁶ O conceito de “*hostel*”, que não era usado desde o séc. XVI, começa a ser reutilizado.

organização *Hostelling International* (www.HIhostels.com) representa milhares de *hostels* em dezenas de países de todo o mundo. Tal como no passado também os atuais movimentos juvenis, a *International Youth Hostel Federation* continua a ter objetivos sociais e construtivos, como promover a educação dos mais jovens de todas as nações, sobretudo os jovens com reduzidas capacidades económicas.



Fonte: Adaptado de Loker-Murphy & Pearce (1995)

Figura 3. Evolução do turismo *backpacker*

Para Adler (1985), estas influências desempenharam um papel importante no modo de viajar que Cohen (1972) distinguiu entre formas de turismo institucionalizado e não institucionalizado. A primeira inclui os turistas que viajam em visitas organizadas (“*organized mass tourist*”) e os turistas que não viajando em grandes grupos, planeiam a sua viagem (“*individual mass tourist*”). Em ambos os casos, os riscos são devidamente calculados de forma a reduzir ao máximo, quaisquer imprevistos, não havendo um grande envolvimento com o destino. A segunda inclui os turistas do tipo exploradores (“*the explorers*”) e os turistas “errantes” (“*the drifter*”), que como se verificou anteriormente, caracterizam-se por não planearem com pormenor a sua viagem e de se envolverem bastante com as comunidades que vão conhecendo, sujeitos portanto, a situações mais arriscadas.

No trabalho de Riley (1988) há uma rutura com os *drifters* de Cohen (1972), aparecendo pela primeira vez o conceito de “*long term budget travelers*” para designar os turistas que, embora com características de ambos, não eram nem *drifters* nem *explorers* (exploradores). Descritos como jovens viajantes que viajavam durante um ano ou mais, tinham também semelhanças com os jovens viajantes do século XIX: viajavam por motivos hedonísticos e desenvolvimento/crescimento pessoal, desejo em experimentar sentimentos de liberdade, procurar aventura em lugares exóticos e satisfazer a curiosidade em relação a outros países e culturas (Loker-Murphy & Pearce, 1995).

3.3. O diversificado segmento *backpacker*

No contexto das viagens entre os mais jovens, o turismo *backpacker* tem assumido especial relevância sendo considerado por Cohen (2011) como uma das tendências predominantes do turismo contemporâneo, evidenciado pelo aumento do número de jovens que viaja anualmente por todo o planeta (World Tourism Organization, 2016). Se o crescimento do turismo *backpacker* tem sido acompanhado pelo respetivo aumento do número de trabalhos publicados (Ateljevic & Doorne, 2004), não são numerosas as revisões de literatura que evidenciem de forma abrangente e atualizada os esforços de investigação nesta área (Ateljevic & Doorne, 2004; Elsrud, 2001; Loker-Murphy & Pearce, 1995; Markward, 2008; Murphy, 2001; Pearce, 2006; Richards & Wilson, 2004c). Fenómeno relativamente recente, o turismo *backpacker* tem despertado a atenção de vários investigadores quer pela sua heterogeneidade e complexidade (Cohen, 2011; Maoz, 2007; O'Reilly, 2006; Sørensen, 2003; Uriely *et al.*, 2002), pela sua importância social e económica (Loker-Murphy & Pearce, 1995; Hampton, 1998; Scheyvens, 2002; Ooi & Laing, 2010; Rogerson, 2011), pelas suas características culturais e etnográficas (Scheyvens, 2002; Sørensen, 2003), por questões ligadas à mobilidade (Allon, Anderson, & Bushell, 2008; Kannisto, 2014; Moscardo, Konovalov, Murphy, & McGehee, 2013) e à sustentabilidade (Firth & Hing, 1999; Iaquito, 2015; Moscardo *et al.*, 2013; Ooi & Laing, 2010; Rodrigues & Prideaux, 2012), entre outros.

Como referido anteriormente, um dos primeiros autores a dedicar a sua atenção ao comportamento do turista e o seu grau de envolvimento no destino foi Cohen (1972), tendo proposto, de uma maneira geral, a existência de formas institucionalizadas e não institucionalizadas de turistas. Mas desde os viajantes “*drifter*” de Cohen (1972) e dos “*wanderers*” de Vogt (1976), o conceito de *backpacker* tem-se distanciado da noção “*hippy*”. O termo “*long-term budget travelers*” aparece pela primeira vez no trabalho de Riley (1988) que classifica este tipo de turistas como educados, pertencentes à classe média europeia, solteiros, que viajam sozinhos e preocupados com o seu orçamento reduzido. A autora distancia-se assim dos conceitos de *drifters* e *explorers* apesar de terem ainda características de ambos (Loker-Murphy & Pearce, 1995). Mais recentemente, o termo mais utilizado para designar este segmento de turistas passou a ser “*backpackers*” (Hampton, 1998; Loker-Murphy & Pearce, 1995; Pearce, 1990 citado por Ateljevic & Doorne, 2004; Reichel, Fuchs, & Uriely, 2007; Richards & Wilson, 2004; Rogerson, 2007a; Scheyvens, 2002; Tourism Research Australia, 2009), definidos como turistas que viajam com mochilas às costas, com um orçamento diário reduzido (Hampton & Hamzah, 2010), sendo predominantemente jovens, com preferência por

alojamento económicos e itinerários informais e flexíveis (Pearce, 1990 citado por Ooi & Laing, 2010).

Modo de turismo complexo e multifacetado (Sørensen, 2003) é evidente a falta de consenso entre os investigadores no atual conceito de *backpacker* (Ooi & Laing, 2010), segmento caracterizado pela sua profunda consciência em controlar os seus custos (Scheyvens, 2002) e por uma tendência em viajar distâncias maiores e procurarem lugares e experiências mais invulgares (Haigh, 1995, citado por Scheyvens, 2002), privilegiando a autenticidade e o contacto positivo com os locais (Eadington & Smith, 1992 citado por Maoz, 2006). Bradt (2005) citado por Hampton & Hamzah (2010) dá ênfase a outras características, descrevendo os turistas *backpacker* como viajantes independentes que sobrevivem com menos de US\$15 por dia, utilizam transportes locais trazendo todos os seus pertences às costas, regateiam por produtos e serviços, afastando-se de multidões e descobrindo novos lugares. Pearce (1990) citado por Ooi & Laing (2010, p.194) define *backpackers* como “viajantes predominantemente jovens em férias prolongados, com uma preferência por alojamentos económicos, com um itinerário de viagem flexível e informal com ênfase em conhecer pessoas e em participar numa série de atividades”.

Devido à sua “tendência para a apropriação coletiva de lugares e a construção de identidades baseadas num variado conjunto de estilos, atitudes e modelos de consumo” são também designados por “*neo-tribes*” (Gibson & Connell, 2003)” ou “nómadas globais” (Richards, 2015; Richards & Wilson, 2004a). Como se pode verificar, na literatura existente sobre turismo jovem e turismo *backpacker* encontra-se uma multiplicidade de conceitos que acompanham a sua evolução histórica. Além dos já mencionados *drifters* e *nomads* de Cohen (1972) e *wanderers* de Vogt (1976) que a literatura francesa denomina por *deviants*, encontram-se ainda os *youthful travelers* (Teas, 1974 citado por Uriely, Yonay, Simchai, 2001); *escapees* (Ho, Lin, & Huang, 2012); *hitchhikers* (Mukerji, 1978 citado por Uriely, Yonay, Simchai, 2001; Loker-Murphy & Pearce, 1995) e *tramping youth* (Adler, 1985; Loker-Murphy & Pearce, 1995). Na China são também conhecidos “*donkey friends*” coincidindo etariamente com a conhecida “Geração Y” (Chen & Weiler, 2014), enquanto no Brasil são conhecidos como “duristas” e “farofeiros” (Wunder, 2000) como consequência do seu reduzido orçamento de viagem. Depois do *long-term budget travelers* (Riley, 1988) o termo atualmente mais utilizado é o de *backpackers* (Hampton, 1998; Loker-Murphy & Pearce, 1995; Reichel, Fuchs, & Uriely, 2007; Richards & Wilson, 2004; Rogerson, 2007a; Scheyvens, 2002;

Tourism Research Australia, 2009). A partir da literatura analisada, apresentam-se de seguida e de uma forma sucinta, as principais características dos turistas *backpackers*:

- a) **turistas independentes que organizam a sua própria viagem multidestino com itinerário flexível** (Loker-Murphy & Pearce, 1995; Ooi & Laing, 2010; Paris, 2010a; Riley, 1988; Uriely *et al.*, 2002);
- b) **viajam durante tanto tempo quanto possível** (Paris, 2010a);
- c) **Predominantemente jovens** (Pearce, 1990 citado por Ooi & Laing, 2010) **entre os 18 e 35 anos de idade, e com um grau de habilitações literárias igual ou superior à média do seu país de origem** (Pearce & Foster, 2007; Sørensen, 2003);
- d) **Com orçamento reduzido** (Hampton & Hamzah, 2010; Hampton, 1998; Paris, 2010);
- e) **Preferência por alojamentos económicos, como *hostels*** (Pearce, 1990 citado por Ooi & Laing, 2010; Nash, Thyne, & Davies, 2006);
- f) **Viajam sozinhos ou em pequenos grupos** (Hampton, 1998);
- g) **Com um baixo grau de planeamento e sem horários fixos** (Nash *et al.*, 2006);
- h) **Gostam de interagir com as populações locais** (Paris, 2010; Pearce, 1990 citado por Ooi & Laing, 2010; Nash, *et al.*, 2006);
- i) **Com tendência em participar em atividades de lazer que envolvem risco e aventura** (Paris, 2010; Nash *et al.*, 2006; Reichel *et al.*, 2007).

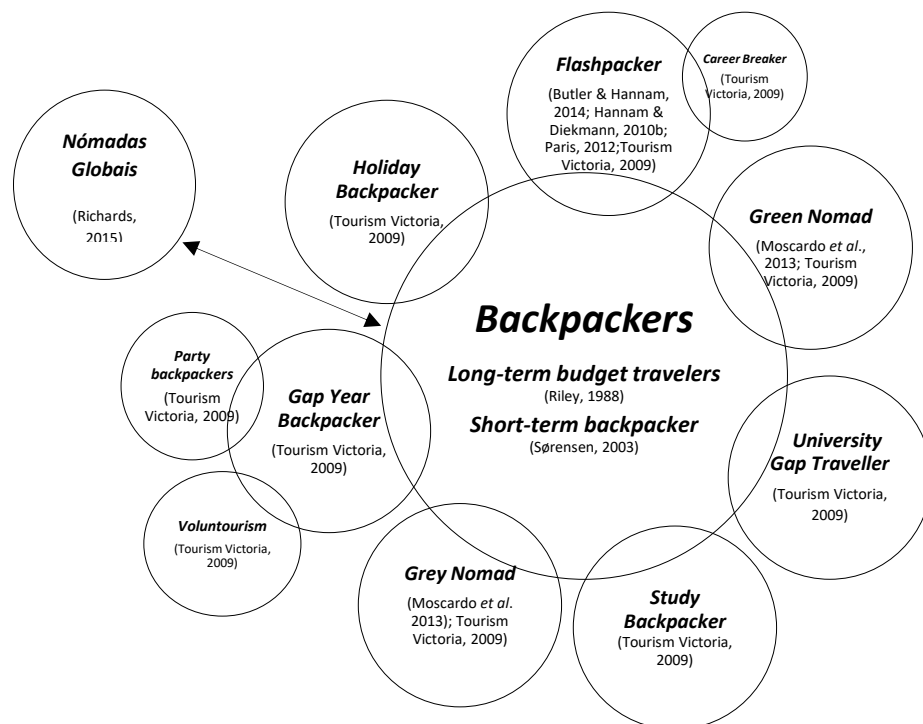
Mas para Sørensen (2003), o termo *backpacker* é mais um constructo social do que uma definição e tendo em conta a atual diversidade deste segmento, nomeadamente a duração do tempo de viagem, a capacidade de representar todos os *backpackers* de acordo com a proposta de Riley (1988) levanta algumas dúvidas. Sørensen (2003) propõe assim o termo “*Short-term backpacker*” para designar os viajantes ao estilo *backpacker* mas com um orçamento temporal limitado ao período de férias disponível, indo ao encontro do conceito “*flashpacker*” introduzido e analisado na literatura científica por Butler & Hannam (2014), Hannam & Diekmann (2010b) e Paris (2012) para designar os turistas *backpackers*, habitualmente mais velhos e que viajam com mochila às costas, mais por escolha própria do que por questões económicas (Paris, 2012). Devido à sua maior disponibilidade financeira, os *flashpackers* viajam com as mais recentes tecnologias, como computador pessoal, *tablet's*, *smartphone* ou *flash drive* (Hannam & Diekmann, 2010b) e por períodos de tempo mais reduzidos, selecionando alojamentos de maior qualidade. Têm oportunidade de empreender novas experiências, viajando por

rotas menos conhecidas, não ficando restringidos à utilização de transportes públicos (Butler & Hannam, 2014), considerados por Bauman (2007, citado por Paris, 2012) como fazendo parte de uma nova elite global, que é mentalmente, corporeamente e virtualmente hipermóvel. Por procuram um alojamento de melhor qualidade, aproveitam para realizar uma pausa na sua carreira profissional ou para praticar um *Working Holiday Making* (WHM Visa) alguns *flashpackers* são designados por *Carreer Breaker* (Tourism Victoria, 2009). Allon, Anderson, & Bushell (2008), salientam mesmo a necessidade dos *backpackers* precisam de ser reconhecidos não apenas como consumidores de serviços mas também como fornecedores de mão de obra em várias atividades, como acontece na Austrália ou Nova Zelândia.

Recentemente, Dayour, Kimbu, & Park (2017) salientam a falta de consenso e incongruências entre diferentes investigadores devido à falta de um critério uniforme de operacionalização da definição de *backpacker*. Enquanto uns autores utilizam, por exemplo, a idade ou as motivações para viajar como critério distintivo (Pearce, 1990 citado por Ooi & Laing, 2010, Pearce & Foster, 2007, Sørensen 2003, Loker, 1991 citada por Dayour, Kimbu, & Park, 2017), outros selecionam as características da viagem, como o tipo de alojamento ou a duração da viagem (Pearce, 1990; Adam, 2015 citados por Dayour, Kimbu, & Park, 2017), a pertença a uma comunidade virtual (O'Reilly, 2006; Paris, 2012), os enclaves (Sørensen, 2003), o auto reconhecimento como *backpackers* (Reichel *et al.*, 2007) ou o critério económico (O'Reilly, 2006). Devido à sua complexidade, aos vários subsegmentos que têm sido identificados (figura 4) e à necessidade de se incluir os turistas *backpacker* nas estatísticas oficiais, o Tourism Research Australia (2009, p.1) define o turista *backpacker* de forma sucinta e objetiva como “*uma pessoa que passa uma ou mais noites num alojamento para backpacker ou hostel*”.

Consciente das vantagens económicas deste segmento, o *Tourism Victoria* (2009), Austrália, reconhece ainda a existência de vários subsegmentos como: o *Holiday Backpacker*, constituído por turistas mais velhos que os habituais *backpacker* e que usufruem de curtos períodos de férias, por vezes repetidas, tendo à disposição mais recursos financeiros; *Gap Year Backpacker*, com idades compreendidas entre os 18-19 anos que se encontram a realizar um ano sabático entre o final do ensino secundário e o início do ensino universitário e no qual se incluem os *Party Backpackers & Voluntourism*; *University Gap Traveller*, caracterizado por terem entre 20-24 anos e se encontrarem a realizar uma pausa nos estudos universitários ou a comemorar o fim dos estudos superiores; os *Study Backpacker* (Allon *et al.*, 2008) que incluem os estudantes de universidades australianas que viajam durante as pausas letivas; e os *Grey Nomad*

que incluem os turistas com mais de 55 anos, que gostam de conduzir habitualmente a sua autocaravana ou outros veículos e de frequentar desde parques de campismo a hotéis do estilo *boutique*.



Fonte: Adaptado de Martins & Costa (2017).

Figura 4. Subsegmentos dos turistas *backpackers*.

Num trabalho recente de Richards (2015) o autor faz uma revisão das principais tendências em termos de investigação do turismo jovem, nos últimos 40 anos, com o objetivo de traçar as origens das ideias ligadas ao nomadismo entre os mais jovens e os seus estilos nómadas de viajar, identificando posteriormente, através dos dados recolhidos no “*The New Horizons Research Programme*” inicialmente desenvolvido pelo grupo de pesquisa sobre *backpackers* “ATLAS BRG 2014” e o “*World Youth Student Educational Travel Confederation*” (WYSE), a existência de três tipos de nomadismo entre os jovens que viajam, considerando-os como as principais e atuais tendências: *Backpackers*, *Flashpackers* e *Global Nomads*. Os primeiros são definidos por Richards (2015) como “nómadas tribais”, recorrendo assim ao conceito de Noy (2004), que os descreve como “reunidos em enclaves específicos para partilharem histórias que formam a cultura partilhada da tribo”; os *Flashpackers* devido ao uso dos novos dispositivos de comunicação podem ser relacionados com os nómadas digitais descritos por Sorensen (2002, citada por Richards, 2015); e os *Global Nomads* ou nómadas globais, descritos como viajantes independentes que ficam longe de casa por longos

períodos de tempo, podendo viajar por três ou mais anos por vários países, rejeitando em geral, a ideologia da sociedade sedentária, que tal como definido por Kannisto (2014), tenta impor limitações aos movimentos destes viajantes de longa duração, através, por exemplo, da regulamentação relativa aos vistos.

Apesar desta distinção ser exclusivamente fundamentada nas características da mobilidade dos viajantes mais jovens, os dados recolhidos no “*The New Horizons Research Programme*” permitiram, segundo Richards (2015) diferenciá-los de acordo com algumas características relativas ao seu perfil e comportamentos:

- i. **Backpackers** – média de idades de 25 anos, com tendência a viajar durante mais tempo, com a última viagem a durar em média 77 dias; que fizeram em média, nos últimos cinco anos, 5 longas viagens internacionais; 23% recorrem à utilização de hotéis.
- ii. **Flashpackers** - média de idades de 26 anos; com rendimentos mais elevados e com menor probabilidade de se encontrarem desempregados; viajam em média 62 dias tendo feito, em média, nos últimos cinco anos 4 longas viagens internacionais; 47% utiliza hotéis.
- iii. **Global nomads** - média de idades de 28 anos; maior taxa de desemprego (15%); viajam em média durante 70 dias; em média, fizeram nos últimos cinco anos 7 longas viagens internacionais e têm maior tendência em usar sítios de internet sobre alojamentos Peer to peer (P2P) como www.couchsurfing.com; 58% preferem viajar fora dos trilhos já conhecidos, embora 33% continuem a visitar grandes cidades.

Devido à sua complexidade, heterogeneidade e diversidade concetual, considera-se, para todos os efeitos da presente investigação de doutoramento, a definição de turista *backpacker*, adotada pelo *Tourism Research Australia (2009)*, distinguindo-os dos restantes turistas pelo tipo de alojamento utilizado – *hostel* ou alojamento de baixo custo. A opção por este critério para efeitos de operacionalização do presente trabalho de investigação justifica-se por ser aquele que vai ao encontro de uma maior variedade de critérios habitualmente associados aos turistas *backpackers*:

- **Critério económico**, por ser um alojamento com um custo reduzido por noite e com acesso a cozinha, permitindo aos hóspedes confeccionar as suas refeições;
- **Critério tipologia de viagem e motivações**, por facilitar/promover o contacto e o convívio entre hóspedes quer nos espaços comuns partilhados, como sala de convívio, bar ou na cozinha, quer nos próprios quartos (camaratas);

- **Critério enclaves**, diretamente ligado à maior concentração em determinada área de um grande número de *hostels* e serviços de apoio aos mesmos (bares e restaurantes económicos, empresas de transporte e animação, entre outros);
- **Critério comunidade virtual**, pelo facto dos *hostels* disponibilizarem acesso gratuito à internet e, por vezes, a computadores e ou outros dispositivos de acesso à mesma, essencial para os *backpackers* manterem contacto com amigos, familiares e com as comunidades/grupos de *backpackers on-line*.

Procedeu-se ainda à construção de um quadro síntese com os principais critérios utilizados para distinguir os diferentes subsegmentos e/ou tipologias de *backpackers* identificados na literatura, onde se enumeram (a cinzento) as principais características distintivas dos vários subsegmentos ou tipologias de *backpackers*. Trata-se de um instrumento teórico-prático, fundamentado na literatura científica disponível, que contribui para colmatar a atual necessidade de reconcetualização do conceito *backpacker* e a sua operacionalização em investigações científicas realizadas em qualquer parte do mundo.

Mas como muitas características são partilhadas por vários subsegmentos, a sua operacionalização não está isenta de dificuldades. Existem mesmo alguns turistas *backpackers* que podem ser classificados simultaneamente em mais do que um subsegmento, colocando em causa, por exemplo, a existência de um dos mais recentes subsegmentos identificados na literatura – os *flashpackers*. Atualmente a grande maioria dos *backpackers* viajam com o seu *smartphone* e/ou *laptop*, pelo que a portabilidade de dispositivos tecnológicos de comunicação poderá não ser um bom critério para distinguir *flashpackers* dos restantes *backpackers*.

Os critérios ligados ao orçamento diário são também pouco objetivos por estarem muito dependentes do custo de vida das cidades e países visitados. Se Bradt (2005) citado por Hampton & Hamzah (2010) descreve os turistas *backpacker* como viajantes independentes que sobrevivem com menos de US\$15 por dia, esse valor é atualmente muito reduzido na maioria dos países ocidentais, pelo que se considerou, nesta investigação, que os *backpackers* com “orçamento diário superior” correspondem àqueles que mencionam gastar por dia, um valor igual ou superior ao 3ºquartil da amostra inquirida. O 3ºquartil corresponde a um valor superior à média, encontrando-se deste modo um critério objetivo e operacionalizável no que diz respeito ao orçamento diário destes viajantes. O critério “quarto superior, individual ou duplo”, por ser mais dispendioso, também vai ao encontro das características dos *flashpackers*.

Quadro 7. Operacionalização das principais características distintivas dos subsegmentos de turistas *backpacker*

Subsegmentos de <i>backpackers</i>	Principais características distintivas																				
	18-19 anos	20-24 anos	Idade entre os 18-35 anos	Idade >35 anos	Alojado em <i>Hostel</i> (camaratas)	Alojado em <i>Hostel</i> (quartos individuais/duplos)	Mochila	Orçamento diário reduzido	Orçamento diário superior	Utilizam transportes públicos/a pé	Encontram-se a fazer uma viagem longa	Encontram-se a fazer uma viagem curta (<1 semana)	Alugam automóvel	Viajam com novas tecnologias (PC, <i>Smartphone</i> ..)	Realização de ano sabático no final do ensino secundário	Pausa ou fim dos estudos superiores/serviço militar	Estudantes que viajam nas pausas letivas	Participam em atividades de voluntariado	Preferência por atividade de diversão (festas)	Realizou 7 ou mais viagens internacionais de longa duração ^(a) nos últimos 5 anos	
<i>Backpackers</i> (longa duração)			X		X		X	X		X	X										
<i>Backpackers</i> (curta duração)			X		X	X	X	X	X			X									
<i>Flashpackers</i>			X	X		X	X		X		X	X	X	X						X	
<i>Holiday Backpacker</i>				X	X	X	X		X					X						X	
<i>Gap Year Backpacker</i>	X				X		X	X		X	X			X	X						
<i>Party Backpackers</i>	X				X		X	X		X	X	X		X	X					X	
<i>Voluntourism</i>			X		X		X	X		X	X			X	X	X		X			
<i>University Gap Traveller</i>		X			X		X	X		X	X			X		X					
<i>Study Backpacker</i>			X		X		X	X		X	X	X		X			X				
Nómadas globais			X	X	X		X	X		X	X										X

Notas: As principais características distintivas encontram-se assinaladas a cinzento; (a) Considera-se como viagem de longa duração aquela que se estender por mais de 7 dias (Richards, 2015).

Fonte: Butler & Hannam, 2014; Hampton, 1998; Hannam & Diekmann, 2010b; Loker-Murphy & Pearce, 1995; Moscardo *et al.*, 2013; Paris, 2012; Reichel, Fuchs, & Uriely, 2007; Richards, 2015; Richards & Wilson, 2004; Riley, 1988; Rogerson, 2007a; Scheyvens, 2002; Sørensen, 2003; Tourism Research Australia, 2009; Tourism Victoria, 2009. Construção própria.

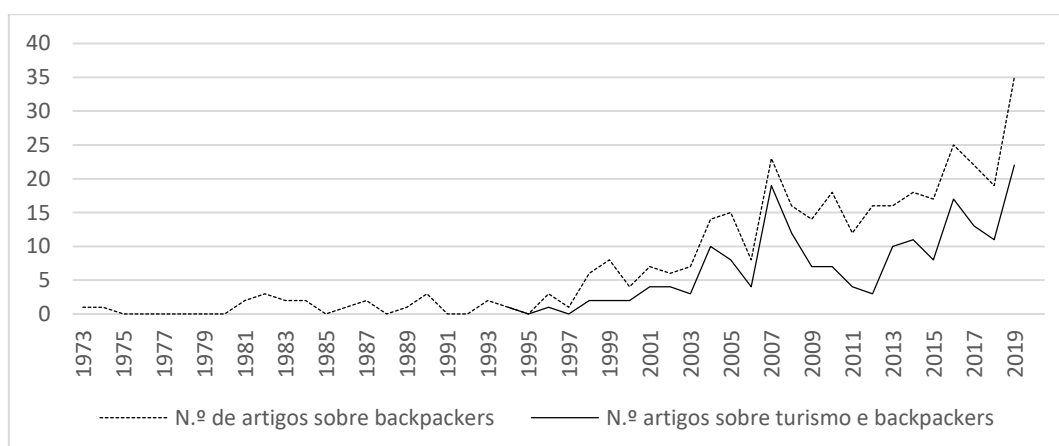
Outro critério pouco objetivo é a duração da viagem, já que todos os *backpackers* viajam habitualmente por períodos mais ou menos longos (superiores a uma semana), considerando-se, por isso, as viagens de duração inferior a uma semana como sendo específicas dos *Flashpackers*, dos *Party backpackers* e dos *Study backpackers*. Todos os que não se enquadrarem em nenhuma destas características serão designados, para efeito desta investigação, por “*outros backpackers*”.

Para distinguir os *backpackers* que se encontram a fazer uma viagem multidesino, e por isso, de longa duração, dos *backpackers* que visitam apenas o Porto por um curto período de tempo (inferior a uma semana), considerou-se conveniente distinguir os *backpackers* de longa duração dos *backpackers* de curta duração.

3.4. Turismo *backpacker*: revisão da literatura

Uma análise quantitativa aos artigos científicos sobre “turismo *backpacker*”, publicados na base de dados *Scopus*⁷, permite concluir que não existe muita produção científica nesta área. Até março de 2015 estavam disponíveis apenas 118 documentos tendo o número de artigos aumentado para 189 em junho de 2019, maioritariamente publicados nas áreas científicas de “Gestão, Negócios e Contabilidade” e “Ciências Sociais”, indo ao encontro do argumento apresentado por Paris & Teye (2010) de que os estudos sobre *backpackers* podem ser divididos em duas perspetivas teóricas: a perspetiva de mercado, baseada em metodologias quantitativas e a perspetiva antropológica, baseada em metodologias qualitativas de natureza etnográfica.

Gráfico 2. Número de artigos científicos publicados na base de dados Scopus sobre “backpackers” e “turismo e backpackers” (1972-2019).



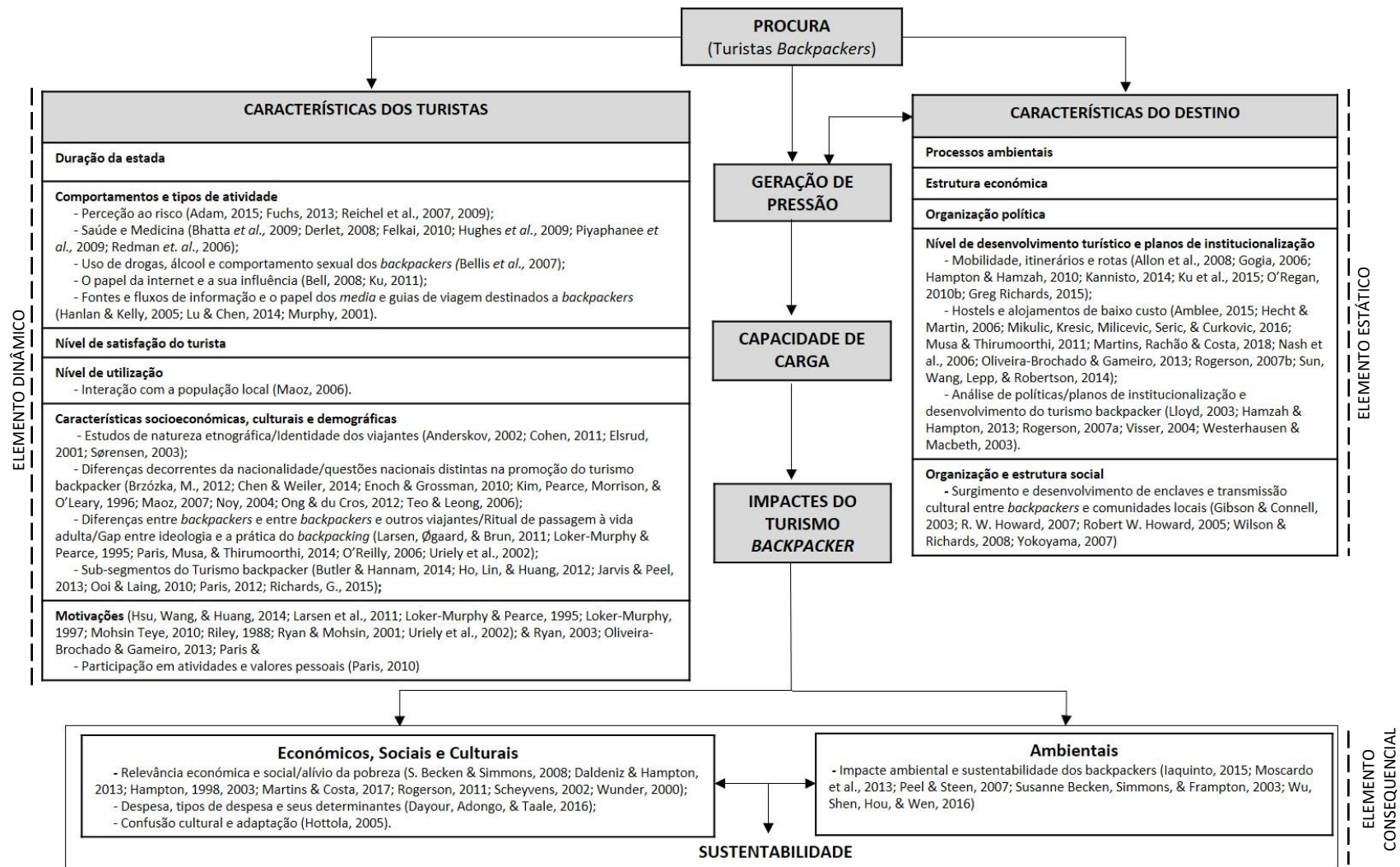
Fonte: Scopus.com. Consulta efetuada dia 26 de junho de 2019. Construção do autor.

⁷ A base de dados *Scopus* “oferece a visão mais abrangente da produção científica a nível mundial nas áreas de ciência, tecnologia, medicina, ciências sociais e artes e humanidades [constituindo] o maior banco de dados de resumos e citações de literatura *peer-reviewed*” (Elsevier, 2014).

Utilizando apenas o conceito *backpacker* os resultados obtidos são superiores: 255 em 2016 e 316 em junho de 2019 com as áreas científicas das “Ciências Sociais”, “Gestão, Negócios e Contabilidade” e “Medicina”, a dominarem no número de publicações.

A análise do gráfico 2 revela que o interesse dos investigadores pelo turismo *backpacker* é relativamente recente, uma vez que a maioria dos estudos têm vindo a ser publicados desde o início do segundo milénio. Este crescente interesse tem vindo a ser acompanhado pelo aumento do número de turistas jovens que em 2015 representaram 23% do total de turistas em todo o mundo (World Tourism Organization, 2016).

As principais investigações realizadas durante a década de 80 do século passado, como as de Adler (1985) ou Riley (1988) contextualizam do ponto de vista histórico o fenómeno *backpacker*, salientando a sua importância económica e apresentando os turistas *backpackers* como segmento de mercado coerente e dinâmico (Ateljevic & Doorne, 2004). Os estudos que se seguiram, segundo Paris & Teye (2010), podem ser divididos em duas perspetivas teóricas: a perspetiva antropológica, baseada em metodologias qualitativas de natureza etnográfica e a perspetiva de mercado, baseada em metodologias quantitativas, embora, como Ateljevic & Doorne (2004, p.60) referem, as perspetivas de investigação “tenham evoluído numa lógica ligada à conjuntura política, económica e sociocultural em que são realizadas e na qual, o próprio turismo *backpacker* se manifesta”. Pearce (1990), citado por Ateljevic & Doorne (2004) consciente do aumento da importância económica deste segmento introduz definitivamente o termo *backpacker* na literatura académica, revelando também uma mudança crucial no turismo *backpacker* (*from a de-marketing label to a marketing tool*). Segundo o mesmo autor, as motivações dos turistas *backpackers* passavam pela fuga à rotina diária e à pressão para a tomada de decisões, referindo que era frequente trabalharem ocasionalmente para aumentar o tempo de viagem. Atribuiu o crescimento deste segmento de mercado ao desenvolvimento de uma indústria na forma dos *Youth Hostel Association in Australia* a partir da década de 90. Algumas das principais áreas de interesse dos primeiros trabalhos, passavam pelas motivações, comportamentos e processos de tomada de decisão. Interações sociais e assuntos relativos ao sexo, classe e identidade foram analisados num contexto abrangente do sistema capitalista – institucionalização das atividades *backpacker*. Investigações posteriores passaram a centrar-se na exploração das características, motivações e comportamentos dos *backpackers*, como por exemplo Loker-Murphy & Pearce (1995) que identificam nestes viajantes um conjunto de características: um elevado nível de interação com as populações locais, baixo nível de planeamento e organização e o uso de um conjunto de serviços de baixo custo.



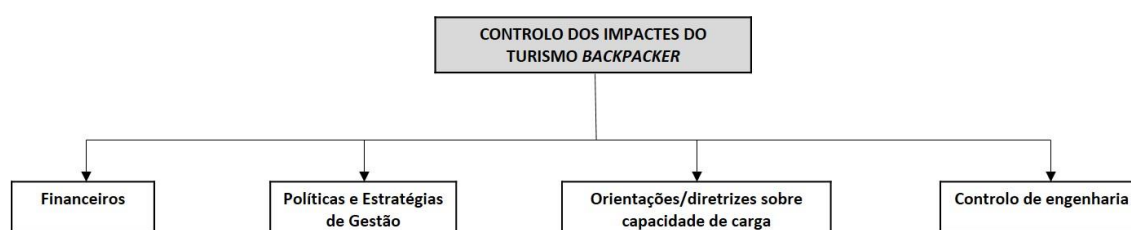
Fonte: Adaptado de Mathieson & Wall (1993).

Figura 5. Enquadramento temático da revisão da literatura sobre turismo e turistas *backpackers* sob uma perspetiva de mercado.

Loker-Murphy & Pearce (1995) descrevem-nos ainda como sendo bastante jovens e com um grande grau de independência, procurando em viagens não estruturadas, experiências mais autênticas. Na mesma linha de investigação, outros estudos deste período exploraram assuntos relativos ao processo de tomada de decisão, motivação e às dinâmicas do comportamento dos *backpackers*, nomeadamente ao desenvolvimento deste fenómeno na Austrália e Nova Zelândia (Doorne, 1994; Garnham, 1993; Murphy, 1999; Parr, 1989, Ross, 1992 citados por Ateljevic & Doorne, 2004).

Atualmente, as perspetivas de investigação que têm sido realizadas sobre o turismo *backpacker* são mais diversificadas. Estando este enquadrado na atividade turística em geral e sendo o turismo uma importante atividade económica parece pertinente, orientar a revisão da literatura de acordo com o esquema apresentado na figura 5, ou seja, pelo lado da procura, onde destacamos os estudos sobre as características dos turistas *backpackers* e as investigações sobre as características dos destinos.

Como os turistas se deslocam no tempo e no espaço num determinado território, a atividade turística tem também um conjunto de impactes económicos, sociais e ambientais que colocam frequentemente em causa a sustentabilidade da mesma. Estes elementos consequenciais têm também sido objeto de estudo no contexto do turismo *backpacker* e serão analisados com mais pormenor em dois subcapítulos dedicados à relevância económica e aos impactes ambientais. Os controlos dos impactes (figura 6) serão porventura, as linhas de investigação menos exploradas dentro deste segmento de mercado.



Fonte: Adaptado de Mathieson & Wall (1993).

Figura 6. Controlo dos impactes do turismo *backpacker*

Quando escolhem um lugar ou atração para visitar ou atividade para participar, alguns autores descrevem os *backpackers* como tendo o mesmo tipo de interesses de outros turistas (Ryan & Mohsin, 2001). Num estudo sobre *backpackers* israelitas Reichel *et al.* (2009), referem também que o **comportamento dos *backpackers*** é muito parecido ao dos restantes turistas, apesar da literatura descrever habitualmente os *backpackers*

como mais propensos ao risco (Peel & Steen, 2007; Reichel *et al.*, 2007; Uriely *et al.*, 2002) indo ao encontro do recente relatório sobre “O poder dos turistas mais jovens”, onde são descritos como viajantes intrépidos que continuam a viajar, mesmo em circunstâncias difíceis (World Tourism Organization, 2016).

O risco nas viagens é uma das dimensões centrais na construção da identidade dos *backpackers* (Elsrud, 2001) razão pela qual, procuram experiências avulsivas de forma a distinguir-se dos turistas em massa. No entanto, dada a heterogeneidade do fenómeno *backpacker*, a percepção ao risco é um fenómeno multidimensional, variando de acordo com as características individuais e que inclui fatores de risco semelhantes aos mencionados na literatura sobre “comportamento no consumo” e em estudos sobre risco percebido em turismo (Reichel, Fuchs, & Uriely, 2007). Estes autores estudaram a percepção ao risco de 579 estudantes israelitas com experiência em *backpacking*, concluindo que embora a percepção ao risco varie de acordo com as características pessoais dos viajantes, tais como o sexo, experiência, preferência por companheiros de viagem, entre outros, os autores (2007, 2009) concluem que os *backpackers* estão a tornar-se mais institucionalizados e menos distintos dos turistas convencionais. Num estudo de 2009, os mesmos autores, compararam as atitudes e atividades desenvolvidas por *backpackers* israelitas que visitam a América do Sul com os que visitam o Sudeste asiático. Tentando identificar as várias dimensões da percepção ao risco da experiência *backpacking*, concluíram que a escolha do destino está associada a vários fatores: motivações da viagem, percepção ao risco, planeamento da viagem, organização da viagem (meios de transporte e alojamento) e estratégias de redução do risco. Incidindo novamente sobre *backpackers* israelitas, verificaram que estes escolhem o sudeste asiático por motivos espirituais, para experimentar drogas e afastamento da vida moderna, enquanto a América do Sul é procurada por *backpackers* israelitas que apreciam desportos radicais, diversão e a possibilidade de viver noutra lugar.

Apesar da sua maior tolerância a situações arriscadas, os *backpackers* têm sido descritos como cautelosos em relação a alguns riscos existentes nas regiões visitadas (Reichel *et al.*, 2007; Uriely *et al.*, 2002) tendo Reichel *et al.* (2009), descrito que o seu comportamento é muito parecido ao dos restantes turistas. Fuchs (2013) ao estudar as relações entre o traço de personalidade dos *backpackers* na procura de novas sensações e as suas percepções ao risco, mostrou que os que procuram mais estímulos sociais têm menos preocupações com as ameaças de natureza social, como multidões e lugares mais comerciais.

Numa outra latitude, Adam (2015) explorou a **percepção ao risco** dos *backpackers* que visitam o Gana, os seus fatores determinantes e as estratégias de redução do risco, verificando que este segmento de turistas utiliza diferentes estratégias de redução ao risco, dependendo da percepção ao mesmo e que as alterações no seu comportamento de consumo e a procura de informação são as principais estratégias utilizadas na redução do risco. Como se trata de um grupo de turistas heterogéneo, o autor refere que algumas características como religião, educação, origem, planos de viagem e o facto de ser ou não uma visita repetida, influenciam a sua percepção ao risco neste país africano. Reconhecendo-se, portanto, entre os turistas *backpackers*, uma certa indiferença em relação ao risco (Peel & Steen, 2007), eventos dramáticos para a atividade turística, como a “gripe das aves” em 2003 ou atentados terroristas em diversas partes do mundo, como aconteceu em Bali em 2002, não têm um impacto tão grande entre o segmento *backpacker*.

Existe um conjunto de artigos da **área da Medicina** que se tem debruçado sobre os *backpackers*. No trabalho de Felkai (2010) são discutidos os níveis, os métodos e a importância da prevenção na redução dos riscos de contágio de doenças infectocontagiosas presentes na região Ásia-Pacífico. Entre os grupos de risco que viajam para esta região estão os *backpackers* e os viajantes aventureiros. A incidência de diarreia e sintomas respiratórios entre viajantes que se deslocam para a Ásia, África, América do Sul e Central é analisada por Redman, MacLennan, Wilson, & Walker (2006). Na mesma linha de investigação, Piyaphanee *et al.* (2014) procuram conhecer que tipo de preparação é feita antes da viagem e a incidência de problemas de saúde entre os visitantes que viajam para o Laos concluindo que os visitantes tailandeses raramente ficam afetados em comparação com os viajantes ocidentais, a maioria *backpackers*, que por serem mais jovens, terem uma estada mais longa e participarem em atividades de aventura, têm uma maior probabilidade de ficarem doentes.

Bhatta, Simkhada, Van Teijlingen, & Maybin (2009) analisaram o risco e os problemas com que se deparam os voluntários na área da saúde que se deslocam para países em desenvolvimento concluindo que é importante, antes da viagem, haver uma preparação e cuidados médicos adequados à região de destino. Os mesmos cuidados estendem-se também aos *backpackers*. Preocupados com a prevalência da Malária no sudeste asiático, destino anual de milhares de *backpackers*, Piyaphanee *et al.* (2009) estudaram o conhecimento, as atitudes e as práticas existentes em relação a esta doença, entre os *backpackers* estrangeiros que visitam esta região, concluindo que existem ideias erradas em relação à malária e pouca prevenção em relação às picadas dos mosquitos. Num outro trabalho destinado a montanhistas que visitam a *Sierra Nevada*, nos Estados

Unidos da América, Derlet (2008) determina os fatores de risco de doença por contacto com a água dos lagos e riachos.

O uso de drogas, álcool e comportamento sexual dos *backpackers* é analisado por Bellis *et al.*, (2007) que concluíram que é frequente o uso de álcool e outras drogas entre os *backpackers* do Reino Unido que visitam a Austrália e que o uso de drogas ilícitas é também substancialmente superior ao uso das mesmas no seu país de origem. Além de consumirem mais álcool por semana na Austrália do que no seu país, 55% dos *backpackers* afirmaram também terem consumido drogas ilícitas. Perante este cenário, Hughes *et al.* (2009) concluem que os *backpackers* são um grupo de elevado risco no que respeita à transmissão de doenças sexualmente transmissíveis. Ao explorarem o comportamento sexual dos *backpackers* britânicos em visita à Austrália bem como a influência de substâncias nesse mesmo comportamento, verificaram que no total, 73.2% dos 1008 *backpackers* inquiridos em *hostels* de Sydney e Cairns tiveram relações sexuais durante a sua estada, incluindo 68,9% daqueles que viajaram sem companheiro(a). Aproximadamente 41% referiram que utilizavam preservativo de forma inconsistente e 24% tiveram mesmo relações desprotegidas com vários parceiros.

O papel da internet e a sua influência é ainda uma temática pouco explorada em estudos sobre *backpackers*, apesar de vários investigadores assumirem que os mais jovens utilizam frequentemente as novas tecnologias não só na preparação como também durante as viagens (Chen & Weiler, 2014; Lu & Chen, 2014; Luo & Li, 2009; Mohsin & Ryan, 2003; Sørensen, 2003).

Bell (2008) estudou a relação entre os anúncios na internet sobre alojamentos de ecoturismo para *backpackers*, na Nova Zelândia, e as práticas ecológicas nos *hostels* no sentido de averiguar se os serviços disponibilizados e publicitados *online* correspondem efetivamente ao serviço prestado. Apenas dois *hostels* demonstraram estar em consonância com o publicitado, no que respeita à oferta e prestação de um conjunto de serviços mais ecológicos, pelo que muitos alojamentos utilizam as expressões “amigos do ambiente” e “verde” para atrair mais clientes (Bell, 2008).

Ao analisar as comunidades virtuais utilizadas por *backpackers*, Ku (2011) verificou que a comunidade *backpacker* pode servir de grupo de referência para influenciar as escolhas, atitudes e crenças de outros viajantes e que as agências de viagens têm de ser tecnologicamente astutas para se manterem conectadas aos seus clientes. As fontes e fluxos de informação e o papel dos *media* e guias de viagem destinados a *backpackers* foram estudados por Hanlan & Kelly (2005), Lu & Chen (2014) e Murphy (2001). Os primeiros concluíram que a estratégia de marketing para um destino como

Byron Bay, na Austrália, deve utilizar outros recursos além dos tradicionais media para fazer passar a sua mensagem como destino turístico para *backpackers*, já que os media convencionais têm um papel pouco ou nada relevante na formação da imagem do destino. Isto acontece porque a informação “boca-a-boca” e a informação disponibilizada pelos guias de viagem *Lonely Planet* têm um papel chave na formação da imagem. Lu & Chen (2014) examinaram o comportamento de turistas independentes (japoneses, chineses e norte-americanos) em visita a Taiwan no sentido de compreenderem como a nacionalidade e o sexo podem influenciar a pesquisa de informação. Concluíram que a internet é a principal fonte de informação, seguida de jornais, revistas e livros, que os chineses são mais influenciados pela publicidade no metro, autocarros, televisão, rádio e letreiros do que os japoneses ou norte-americanos, e que os japoneses e os chineses são mais propensos a utilizar mais folhetos e agências de viagens que os norte-americanos. Murphy (2001) estudou a interação entre *backpackers* para tentar compreender melhor as suas redes informais de disseminação da informação fornecendo um conjunto de recomendações às empresas que prestam serviços a este segmento de mercado para que possam ter mais controlo acerca das informações que são transmitidas “boca-a-boca” entre viajantes.

A **interação com a população local** é investigada por Maoz (2006) que analisa a imagem e estereótipos dos locais em relação aos turistas e o modo como os comportamentos de ambos se afetam (interrelacionam) mutuamente, concluindo que a imagem que uns têm dos outros é distante e de suspeição mútua, situação que, segundo a autora, não mudará.

As características socioeconómicas, culturais e demográficas dos turistas *backpacker* têm sido analisadas sob diferentes perspetivas. Alguns estudos qualitativos, **de natureza etnográfica sobre a identidade dos *backpackers*** como os de Anderskov (2002), Cohen (2011), Elsrud (2001) e Sørensen (2003) têm sido fundamentais em várias investigações sobre turismo *backpacker*, incidindo essencialmente nas características sociais e demográficas dos viajantes (Sørensen, 2003). Cohen (2011) reconcetualiza o termo *drifter* para *lifestyle traveler*, explorando as suas práticas, ideologias e identidade social, distinguindo-os dos *backpackers* devido ao seu envolvimento duradouro, reassimilação cultural e motivação por trabalhar, não encarando o ato de viajar como um período de transição mas sim como um estilo de vida. Recentemente, Richards (2015) classifica-os como nómadas globais. Elsrud (2001) analisou as narrativas construídas cultural e socialmente acerca do risco e aventura e como estas são manifestadas pelos *backpackers*. Vários autores têm concluído em trabalhos onde é explorada a **identidade dos viajantes**, que viajar de

mochila às costas é visto como uma forma de encontrar a própria identidade ou uma forma de a construir (Anderskov, 2002; Elsrud, 2001; O'Reilly, 2006; Sørensen, 2003), pelo que o *backpacking* é visto como fortalecedor da sociedade e dos sentimentos de pertença à mesma (Ateljevic & Doorne, 2004; O'Reilly, 2006; Riley, 1988).

Perante o crescimento e diversificação do turismo *backpacker* em todo o mundo, as **diferenças decorrentes da nacionalidade dos *backpackers*** e algumas questões ligadas às **diferenças culturais/nacionalidade na promoção do turismo *backpacker*** têm também vindo a ser exploradas por diversos autores (Brzózka, 2012; Chen & Weiler, 2014; Enoch & Grossman, 2010; Kim, Pearce, Morrison, & O'Leary, 1996; Maoz, 2007; Noy, 2004; Ong & du Cros, 2012; Teo & Leong, 2006). Alguns trabalhos têm demonstrado que a nacionalidade e origem cultural têm um papel importante ao influenciar as motivações dos *backpackers* (Larsen, Øgaard, & Brun, 2011; Maoz, 2007; Noy, 2004). Alguns autores criticam a visão eurocêntrica da maioria dos estudos publicados sobre turismo *backpacker* (Muzaini, 2006; Teo & Leong, 2006). Não obstante, tem havido um aumento do número de artigos publicados que apresentam perspetivas não ocidentais (Maoz, 2006; Noy, 2004; Ong & du Cros, 2012; Teo & Leong, 2006). Os *backpackers* israelitas têm recebido muita atenção, sobretudo por investigadores do próprio país (Enoch & Grossman, 2010; Maoz, 2006, 2007; Noy, 2004; Reichel *et al.*, 2007, 2009; Shulman, Blatt, & Walsh, 2006; Uriely *et al.*, 2002), acontecendo recentemente o mesmo com os *backpackers* chineses (Chen & Weiler, 2014; Luo, Brown, & Huang, 2015; Luo, Huang, & Brown, 2014; Ong & du Cros, 2012; Prayag, Cohen, & Yan, 2015; Wu *et al.*, 2016), como a análise da visão pós-colonial dos *backpackers* chineses, de territórios anteriormente administrados por países ocidentais, como por exemplo, Macau (Ong & du Cros, 2012) e assuntos relacionados com a preservação cultural como consequência do aumento do número de *backpackers* no Tibete (Chen & Weiler, 2014). Conscientes da importância da internet na procura de informações acerca de atrações e destinos turísticos, Luo & Li (2009) analisaram como os *backpackers* procuram informações a partir da internet. Apesar do rápido desenvolvimento do turismo *backpacker* na China, Chen *et al.*, (2014) salientam que têm sido realizados poucos estudos para compreender os comportamentos deste novo segmento de mercado.

Contrariando a visão ocidentalizada dos estudos sobre turismo *backpacker*, Teo & Leong (2006) fazem uma abordagem pós-colonial ao mesmo. Ao estudarem alguns enclaves asiáticos verificaram que os turistas *backpacker* de origem asiática e sobretudo, do sexo feminino, são discriminados, embora o aumento do número de turistas asiáticos contribua para uma mudança dos estereótipos. As motivações dos

backpackers sul-coreanos foram analisadas por Kim *et al.* (1996), concluindo que motivações diferentes, decorrentes, por exemplo, da idade dos turistas, influenciam a escolha do destino. Por conseguinte, as motivações de natureza cultural levam os Coreanos a escolher sobretudo a Europa e Oceânia.

O elevado e rápido crescimento económico de alguns países asiáticos, como a China, tem contribuído para o aumento do número de turistas, fazendo deste país um dos principais países emissores e recetores de turistas em todo o mundo. Ong & du Cros (2012) dão a conhecer o turismo *backpacker* na China, nomeadamente os olhares dos *backpackers* chineses sobre Macau, um território cedido recentemente à China por Portugal. Os *backpackers* chineses correspondem a uma geração posterior à reforma de Mao Zedong e apropriam-se de Macau como um território exótico de fuga ao dia a dia, de lazer e como uma forma de espaço liminar, não dando muita importância aos aspetos culturais e experiências ligadas à autenticidade dos lugares e/ou atrações. Chen & Weiler (2014) focam a sua atenção nos *backpackers* chineses que visitam o Tibete, procurando contacto com o meio natural e a cultura exótica tibetana. Verificando a existência de uma lacuna entre a procura e a oferta, sobretudo ao nível do alojamento, estes autores alertam para a necessidade de ser dada atenção especial à gestão entre a oferta e a procura, nomeadamente o potencial impacto económico decorrente da necessidade de maior oferta de serviços de apoio aos *backpackers*.

Brzózka (2012) descreve as diferenças entre *backpackers* e turistas em massa e a natureza das viagens *backpacker* incidindo nas motivações dos *backpackers* japoneses, polacos, alemães e israelitas. Se os israelitas fazem viagens mais longas, normalmente sozinhos, preferindo alojamentos baratos, visitando países não europeus, os japoneses fazem as viagens mais curtas, sozinhos, ficando alojados em lugares mais caros. Compram comida em supermercados e viajam pela Europa e outros países desenvolvidos. Os polacos alojam-se em lugares muito baratos ou gratuitos (*Hospitality club members*), compram comida em mercados locais, visitam a Europa e países asiáticos e os alemães fazem viagens de duração média, sozinhos ou acompanhados, alojam-se em lugares muito baratos (campismo) ou gratuitos, compram comida em supermercados e visitam preferencialmente países da Europa, América do Sul e Ásia.

Os ***backpackers israelitas*** têm também sido um interessante e fértil objeto de estudo. Maoz (2007) analisa as suas motivações e os seus padrões de viagem, relacionando alguns aspetos da sociedade israelita com o comportamento dos seus *backpackers*, destacando a sua “orientação coletiva” e o facto de não serem um grupo de alienados da sociedade à procura de um novo rumo. Viajam, na sua maioria, no fim do serviço

militar, em grupo, e repudiam outras nacionalidades e a população local dos destinos, habitualmente países em desenvolvimento, da ásia ou da américa do sul. A autora (2007) descreve-os como tendo tendência a abusar do consumo de drogas e em desrespeitar as normas locais. Noy (2004) explora as narrativas de viagem de *backpackers* israelitas em visita à américa do sul e à ásia, estudando o contexto sociocultural da cultura israelita contemporânea onde as narrativas de auto mudança constroem uma noção coletiva de identidade. Conclui que os *backpackers* israelitas procuram autenticidade, que a viagem é um ritual de passagem e que aqueles que visitaram a América do Sul são mais aventureiros e os que visitaram a Ásia são mais “espirituais”.

Numa análise interpretativa de blogues diários *online*, Enoch & Grossman (2010) compararam ainda o modo como o contacto com uma nova cultura (Indiana) é apresentado e descrito por *backpackers* de países distintos (israelitas e dinamarqueses). O Turismo *backpacker* no continente africano também tem chamado a atenção de alguns investigadores, sobretudo na África do Sul (Rogerson, 2007a, 2007b, 2011; Visser, 2004) e mais recentemente no Gana (Adam, 2015; Dayour, Adongo, & Taale, 2016) onde a sua relevância económica tem vindo a ser reconhecida.

As diferenças entre *backpackers* e entre *backpackers* e outros viajantes/Ritual de passagem à vida adulta/Gap entre ideologia e a prática do *backpacking* são temáticas que também têm vindo a ser exploradas com alguma frequência (Cohen, 2003; Larsen, Øgaard, & Brun, 2011; Loker-Murphy & Pearce, 1995; Paris, Musa, & Thirumoorthi, 2014; O’Reilly, 2006; Uriely *et al.*, 2002). Se em trabalhos mais antigos, os *backpackers* são apresentados e caracterizados como visitantes distintos do turista de massas (Loker-Murphy & Pearce, 1995; Riley, 1988; Sørensen, 2003), investigações mais recentes têm verificado que em relação a um conjunto bastante diversificado de características, como motivações e comportamentos, têm vindo a tornar-se mais próximos do turista institucionalizado (Larsen *et al.*, 2011).

O importante trabalho de Loker-Murphy & Pearce (1995) além de demonstrar a importância económica do segmento *backpacker* na Austrália, permite, entre outros, compreender as suas origens multifacetadas, fornecendo informações sobre as suas características distintivas. Focando-se nos atributos relativos ao tipo de turismo e às experiências realizadas, Uriely, Yonay, & Simchai (2002) fornecem evidência empírica sobre a existência de vários tipos de *backpackers*, como os “experimentais e experienciais”, “humanísticos”, “diversionista e recreacional” e “Multi-tipo”. Verificam que os *backpackers* atribuem diferentes significados ao turismo *backpacking* e que

participaram em atividades muito distintas durante a sua viagem/viagens, ou seja, as motivações vão mudando com o tempo. Relacionando a globalização com o crescimento dos *backpackers*, O'Reilly (2006) dá especial atenção aos estímulos culturais e socioeconómicos para viajar, analisando a origem do interesse em *backpacking* e como as transformações nas perceções de *backpacking* tiveram lugar. Apesar de verificar que viajar ao estilo *backpacker* se tornou mais comum, deixando de ser uma forma alternativa de viajar, continua a ser uma atividade que dá um certo *status* a quem a pratica. Para Larsen *et al.*, (2011), viajar ao estilo *backpacker* está mesmo a tornar-se mais próximo do turismo tradicional por partilharem a maioria das motivações com os restantes turistas e por haver poucas diferenças em relação às variáveis psicológicas, já que não são mais motivados por questões sociais e culturais que os turistas institucionalizados. No entanto, concluem que são menos apreensivos em relação ao risco, nomeadamente ao consumo de alimentos que não conhecem e que os *backpackers* não se veem como turistas.

As diferenças da subcultura *backpacker* entre dois grupos de *backpackers* (Australásia e Ásia) foram analisadas por Paris *et al.*, (2014) que identificam valores partilhados e diferenças da cultura *backpacker*. Concluíram que os *backpackers* asiáticos são menos flexíveis no planeamento da viagem, não saindo das rotas existentes e procuram experiências mais estruturadas e organizadas, opções de refeições familiares e uma maior facilidade no planeamento das viagens, através, por exemplo, das reservas *online*, aproximando-se por isso, do turista institucionalizado. Os *backpackers* australianos e nova-zelandeses, predominantemente do sexo masculino, são mais aventureiros e expressam maior nível de concordância referente à cultura *backpacker* como, festejar, beber e sexo do que os asiáticos.

Alguns autores questionam a noção de *backpacking* enquanto categoria distinta e homogénea, referindo que o atual turismo *backpacking* deve ser visto mais como uma forma de turismo do que um tipo de turismo (Uriely, Yonay, & Simchai, 2002). Perante a progressiva diversidade do fenómeno *backpacker*, analisada anteriormente (figura 4), alguns investigadores exploraram recentemente alguns dos seus **subsegmentos** (Butler & Hannam, 2014; Ho, Lin, & Huang, 2012; Jarvis & Peel, 2013; Ooi & Laing, 2010; Paris, 2012; Richards, 2015). Ooi & Laing (2010), ao avaliar o interesse dos turistas *backpackers* no turismo voluntário/solidário concluiu que existe uma sobreposição/semelhança nas motivações entre os dois grupos de *backpackers* estudados, nomeadamente a motivação/interesse, entre os turistas *backpacker*, em realizar turismo solidário (*voluntourism*). Considerando o turismo solidário como social, económico e ambientalmente mais responsável/sustentável, revela a existência de

grande potencial decorrente do alinhamento entre estes dois segmentos de mercado (com base em motivações partilhadas).

Explorando as motivações dos turistas *backpackers* que visitam a Austrália e Nova Zelândia, Ho, Lin, & Huang (2012) analisam os fatores de motivação associados à experiência de trabalhar durante o período de férias, concluindo que um grande número de *backpackers* é “*holiday-maker*”. O interesse na relação entre turismo e trabalho é partilhado por Jarvis & Peel (2013) através de um estudo sobre os *backpackers* do segmento *Working Holiday Makers* (WHMs). Os turistas WHMs encontram-se dispersos por todo o território australiano, e muitos, em lugares pouco visitados por turistas, contribuindo para o surgimento de novas empresas, como *hostels* adaptados a turistas-trabalhadores, que com criatividade vão-se adaptando às exigências da procura. Os turistas deste segmento fazem a maior parte das despesas na economia local e não nas atividades turísticas existentes.

Em 2004, o relatório “*Spirit of Adventure: A Future Laboratory Insight Report for Standard Life Bank*” (The Future Laboratory, 2004) numa clara referência aos “*flashpackers*”, descreve-os como viajantes mais velhos, que se encontram numa pausa na sua carreira profissional e com maior disponibilidade de recursos financeiros que lhes permite gastar mais dinheiro em alguns bens ou serviços. No entanto, só a partir de 2010, começam a surgir com mais frequência vários trabalhos publicados a referir e/ou a confirmar a sua existência (Botterill *et al.*, 2013; Edwards, 2013; Hampton & Hamzah, 2010; Iaquinto, 2015; Musa & Thirumoorthi, 2011; Paris & Teye, 2010; Tourism Research and Marketing, 2013), com apenas alguns autores a desenvolver com mais profundidade investigações especificamente sobre este subsegmento (Butler & Hannam, 2014; Hannam & Diekmann, 2010b; Jarvis & Peel, 2010; Paris, 2012).

Descrevendo o fenómeno *backpacking* como **fenómeno homogéneo** que resulta da virtualização da cultura *backpacker*, Paris (2012), procura examinar o surgimento e crescimento de potenciais divergências da subcultura *flashpacker* em relação à cultura *backpacker*. Conclui que os grupos de *flashpackers* partilham o mesmo entendimento sobre a cultura de *backpacking* com os restantes *backpackers*. Paradoxalmente, a convergência entre a cultura *backpacker* e tecnologia contribui para o aumento da heterogeneidade e individualização do mercado *backpacker*. Butler & Hannam (2014) estudaram os meios de transporte usados por *backpackers* e *flashpackers* na Noruega verificando que embora ambos os grupos valorizem a mobilidade ao longo das suas viagens, os *backpackers* utilizam na sua maioria transportes públicos (autocarro e comboio), enquanto os *flashpackers* utilizam mais transportes privados, como

automóvel, não se encontrando esta escolha, ligada às suas motivações. A utilização de automóveis por parte dos *flashpackers* permite-lhes combinar autonomia e uma maior liberdade de movimentos (movimentos auto dirigidos). Concluem, que maiores rendimentos e utilização de equipamentos tecnológicos, características diferenciadoras dos *flashpackers*, devem ser associados à utilização de automóveis para distinguir este subsegmento dos restantes *backpackers*.

Em relação às características dos destinos (figura 5), o **nível de desenvolvimento turístico e planos de institucionalização** são as áreas que têm merecido mais atenção por parte dos investigadores. Apesar da ideologia inerente ao ato de viajar ao estilo *backpacker* continuar presente nos atuais *backpackers* (Paris, 2008 citado por Paris, 2010) a expansão deste mercado (Richards & Wilson, 2004b) bem como as motivações e valores têm dificultado a diferenciação entre *backpackers* e os restantes turistas. Enquanto o *backpacker* tradicional procura escapar ao modelo de consumo ocidental, o *backpacker* contemporâneo transporta consigo esse modelo. Essas conclusões são sustentadas também no trabalho de Moran (2000) referente aos *tours* existentes na Nova Zelândia devidamente estruturados para o mercado *backpacker*.

Os *backpackers* são conhecidos pela sua vontade de conhecer e descobrir novos lugares, sendo por isso considerados percussores no desenvolvimento turístico de vários destinos a nível mundial. À medida que o número de *backpackers* foi aumentando, foram surgindo um conjunto de serviços de apoio como guias de viagem especializados, de que são exemplo os conhecidos *Lonely Planet*. Informações relativas às rotas, transportes, alojamentos, entre outros, são partilhadas entre *backpackers*, e como consequência, restaurantes, cafés, *hostels* e outros serviços turísticos começam a surgir. Como resultado, os destinos passam a ser divulgados por todo o mundo, e começam a preparar-se para os turistas institucionalizados, nomeadamente com o surgimento de vários tipos de alojamentos e *resorts*. A análise de políticas/planos de institucionalização e desenvolvimento do turismo *backpacker* foi abordada em vários trabalhos (Lloyd, 2003; Hamzah & Hampton, 2013; Rogerson, 2007a; Westerhausen & Macbeth, 2003) que com exceção da investigação de Westerhausen & Macbeth (2003) tiveram como cenário países em desenvolvimento.

O desenvolvimento do turismo *backpacker* acaba por refletir a sua relevância económica, existindo vários estudos que demonstram o seu impacte económico e social sobretudo em países em desenvolvimento, como demonstrado por Martins & Costa (2017). As contradições nas respostas governamentais das autoridades comunistas vietnamitas ao desenvolvimento do sector privado que tenta dar resposta à procura de

serviços por parte dos *backpackers* foi estudado por Lloyd (2003), enquanto o desenvolvimento turístico da Ilha de Perhentian Kecil (Malásia) foi analisado por Hamzah & Hampton (2013) desde o surgimento de um enclave de *backpackers* até à transição para o turismo de massas e a criação de uma política de desenvolvimento estratégico deste segmento turístico na África do Sul foi investigada por Rogerson, (2007a). A evolução do turismo *backpacker* em *Byron Bay* (Austrália) foi analisada por Westerhausen & Macbeth (2003) tendo salientado a resistência da comunidade local à pressão do turismo em massa.

Apesar do crescente interesse e diversificação dos temas investigados, não existem trabalhos relevantes sobre as rotas/trilhos mais percorridas internacionalmente pelos *backpackers* nem sobre as razões que explicam as mudanças que entretanto vão ocorrendo, razão pela qual, Hampton & Hamzah (2010) analisaram as principais rotas de *backpackers* no sudeste asiático. Verificando que ocorreram mudanças significativas, nomeadamente com o surgimento de novas rotas: *Bangkok - Cambodia - Vietnam - Laos*, os autores referem que o seu surgimento já era esperado pelo facto dos *backpackers* estarem continuamente à procura de novos lugares para visitar, embora concluam que as mudanças de trajetos se devem essencialmente às companhias aéreas de baixo custo e a novas redes de transporte, instabilidade política e terrorismo e ao crescimento da competitividade regional por este segmento de mercado, por parte de destinos exóticos como o Vietname e Camboja. Por conhecer estão ainda os principais percursos na América do Sul e Central, em África e na Europa.

Como se sabe, o processo de globalização trouxe consigo um aumento da **mobilidade** seja ela física ou virtual e sendo os *backpackers*, maioritariamente jovens turistas que aproveitam as facilidades decorrentes da evolução tecnológica, quer nos transportes, quer nas tecnologias da informação e comunicação, a mobilidade tem sido alvo da atenção de vários investigadores interessados no fenómeno *backpacker* e na nova abordagem de pesquisa constituída pelo novo paradigma das mobilidades (Allon *et al.*, 2008; Gogia, 2006; Kannisto, 2014; Ku *et al.*, 2015; O'Regan, 2010b; Richards, 2015). Kannisto (2014), na sua obra "*Global Nomads: Challenges of Mobility in the Sedentary World*" refere que o estilo de vida dos nómadas globais é marcado por um contínuo cruzamento de fronteiras e encontro com novas culturas, pelo que estes viajantes, não são mais do que um espelho da nossa sociedade. Gogia (2006) investiga como as mobilidades dos *backpackers* e trabalhadores sazonais são determinadas, articuladas e como refletem as identidades dos atores envolvidos. Analisando a mobilidade de turistas *backpackers* canadianos que visitam a América Central e dos trabalhadores sazonais da América Central que se dirigem para o Canadá, o autor questiona se estas

mobilidades representam novos padrões de mobilidade ou se materializam as relações coloniais entre Norte e Sul, já que a liberdade de mobilidade de alguns só é possível através da exclusão organizada de outros. Noutras partes do mundo, num outro contexto, os *backpackers* têm sido reconhecidos como uma importante força laboral, uma espécie de capitalismo nómada como lhes chamam Allon *et al.*, (2008) que ao estudarem as complexas mobilidades dos atuais *backpackers* em Sidney e considerando o fenómeno *backpacker* uma mistura mutante de experiências relativas a trabalho, férias e residência, verificaram a existência de uma mobilidade em constante mudança: inicialmente são *backpackers*, mas posteriormente começam a trabalhar e/ou estudar, mudando de um *hostel* para um apartamento. Não se revendo como *backpackers* mas sim turistas independentes, estão na origem de uma disrupção na lógica de governação local e na comunidade, em virtude da dificuldade existente por parte das autoridades em definir este grupo de viajantes em constante mobilidade.

Um importante contributo para o crescimento e desenvolvimento do segmento *backpacker* em todo o mundo foi dado pelos alojamentos económicos procurados pelos mais jovens, conhecidos internacionalmente por *hostels* que levaram ao surgimento de enclaves de *backpackers* em várias cidades do mundo (Cohen, 2011; Maoz, 2006; O'Regan, 2010b; Peel & Steen, 2007). Têm vindo a ser estudados sob diferentes perspetivas por vários autores (Amblee, 2015; Hecht & Martin, 2006; Mikulic, Kresic, Milicevic, Seric, & Curkovic, 2016; Musa & Thirumoorthi, 2011; Nash *et al.*, 2006; Oliveira-Brochado & Gameiro, 2013; Rogerson, 2007b; Sun, Wang, Lepp, & Robertson, 2014) pelo que se dedicará especial atenção a esta temática no subcapítulo 7.4.1.1. “*Hostels*: alojamento de suporte ao fenómeno *backpacker*” a propósito da evolução da capacidade de alojamento na cidade do Porto.

Em relação às características do destino, falta fazer referência ao **surgimento e desenvolvimento de enclaves e transmissão cultural entre *backpackers* e comunidades locais**. Os enclaves não são mais do que territórios onde se concentra um conjunto de negócios virados para a prestação de serviços aos turistas, com características diferentes das áreas circundantes (Howard, 2005) sendo utilizados por *backpackers* por aí encontrarem alojamentos mais económicos, para descansarem da viagem, socializarem e recolherem informações com outros viajantes, visitarem atrações e planearem a viagem seguinte (Howard, 2007; Howard, 2005; Westerhausen & Macbeth, 2003; Wilson & Richards, 2008), sendo essenciais na manutenção da subcultura *backpacker* (Richards & Wilson, 2004a). Riley (1988, p.322) e Sørensen (2003) referem-se aos enclaves como “*budget traveler ghettos*”.

Hottola (2005), no seu trabalho sobre adaptação intercultural, acrescenta ainda que os enclaves têm também a função de permitir aos *backpackers* ocidentais recuperarem do choque cultural com que são confrontados ou como Richards & Wilson (2004a) salientam, os *backpackers* servem-se dos enclaves para uma espécie de suspensão relativa ao rigor da viagem num país estrangeiro e para se reabastecerem e prepararem para a viagem seguinte. Os mesmos autores, acrescentam ainda que o território neutral proporcionado pelos enclaves dá também oportunidade à população local de contactar e consumir culturas exóticas, pelo que estes espaços funcionam como mediadores culturais, evitando confusão cultural entre hóspedes e anfitriões.

O complexo enclave de *Khaosan Road* em *Bangkok* é descrito detalhadamente por Howard (2005) enquanto numa investigação posterior, o mesmo autor (2007), discute pormenorizadamente o conceito de enclave, comparando e analisando diversas características de cinco enclaves localizados em diferentes cidades de países distintos. Na mesma linha de investigação, Yokoyama (2007) analisa a formação de um enclave de *backpackers* numa área rural do Laos, referindo que não obstante o desenvolvimento das infraestruturas e serviços de apoio aos *backpacker*, também existem várias consequências negativas, como os problemas sociais relacionados com o consumo de droga e prostituição e a falta de oportunidades para a população local por não conseguirem encontrar empregos devido às suas fracas qualificações e por não falarem inglês, situação verificada também por Daldeniz & Hampton (2013).

Num trabalho com ênfase na economia cultural, Gibson & Connell (2003) discutem os impactes económicos e culturais do surgimento de um novo enclave em *Byron Bay*, Austrália que atrai *backpackers* devido à relação que surgiu entre a atividade turística e a produção e marketing de música. A especialização deste lugar em determinados eventos culturais ligados à música, como concertos, festivais, estúdios de gravação, atividades de dança, entre outros, atraíram novos residentes e *backpackers*, com um impacte económico significativo na região, pelo que a procura de autenticidade, refletida pela *worldmusic* e cultura aborígine local, tornou este lugar atrativo para os turistas mais jovens.

O quadro I, em anexo, sistematiza as principais investigações sobre turismo *backpacker* de acordo com os temas e subtemas propostos na figura 5 onde se encontra esquematizado o enquadramento temático da revisão da literatura sobre este segmento turístico. Apesar da maioria dos *backpackers* ter origem europeia (Richards & Wilson, 2004a), a sua análise evidencia que as áreas de estudo mais privilegiadas são os países em desenvolvimento, sobretudo asiáticos. A Austrália e a Nova Zelândia são os países

desenvolvidos onde o mercado *backpacker* está mais maduro sendo por isso, uma região do mundo bastante estudada (Becken, Simmons, & Frampton, 2003; Bellis *et al.*, 2007; Ho *et al.*, 2012; Jarvis & Peel, 2013; Loker-Murphy & Pearce, 1995; Mohsin & Ryan, 2003; Ooi & Laing, 2010). Os *backpackers* israelitas têm também sido um foco de investigação para vários autores (Enoch & Grossman, 2010; Maoz, 2007; Reichel *et al.*, 2007, 2009), enquanto os continentes africano e americano não são áreas de estudo muito privilegiadas por investigações publicadas em revistas científicas internacionais.

A maioria dos estudos utilizou metodologias quantitativas em que o questionário foi a principal técnica de recolha de dados (Huang & Xia, 2016; Larsen, Øgaard, & Brun, 2011; Mikulic, *et al.*, 2016; Paris, 2012; Richards, 2015). No entanto, as metodologias qualitativas, à base de entrevistas e de análise de conteúdo de comentários *online* de *backpackers* têm sido igualmente utilizadas (Becken *et al.*, 2003; Cohen, 2011; Hampton, 1998; Lloyd, 2003). Um número mais reduzido de estudos tem utilizado metodologias mistas (Chen, Bao, & Huang, 2014; Jarvis & Peel, 2013; Nash *et al.*, 2006; Oliveira-Brochado & Gameiro, 2013; Reichel *et al.*, 2009), combinando análises quantitativas de dados recolhidos por questionário com análises qualitativas de dados recolhidos por entrevistas.

A revisão sistemática da literatura sobre turismo *backpacker* permitiu concluir que tem havido um interesse crescente pelo estudo deste segmento de mercado evidenciado pelo aumento do número de publicações internacionais embora existam ainda inúmeros aspetos importantes relativos às características dos turistas e do destino que não foram ainda investigadas, como por exemplo, a duração da estada, o nível de satisfação, os processos ambientais e a estrutura económica. A mobilidade dos *backpackers* foi também pouco analisada e quase sempre sob a perspetiva do novo paradigma das mobilidades (Allon *et al.*, 2008; Gogia, 2006; Kannisto, 2016; Kannisto, 2014; Richards, 2015). As rotas seguidas pelos *backpackers* de visita ao sudeste asiático, numa perspetiva multideestino foram investigadas por Hampton (2003) e Hampton & Hamzah (2010) e mais recentemente Huang & Xia (2016) exploraram o comportamento espaciotemporal de *backpackers* chineses de visita à região de Beijing, utilizando os percursos georreferenciados descarregados por eles em vários sítios de internet chineses, concluindo, por exemplo, que existe uma preferência pelas viagens ao sábado e uma preferência em visitar as antigas aldeias. Estes autores não especificaram, contudo, os critérios utilizados na operacionalização do conceito de *backpacker*, pelo que os trajetos disponíveis *online* poderão não corresponder aos percursos efetuados por turistas *backpackers*. Ao nível intradestino, o comportamento espaciotemporal deste segmento de mercado continua por investigar.

3.5. Motivações dos turistas *backpacker*

A par das características socioeconómicas, culturais e demográficas dos *backpackers* e os seus comportamentos e atividades praticadas, as motivações deste segmento são uma das características que têm sido mais utilizadas pelos investigadores para os diferenciar (Larsen *et al.*, 2011; Loker-Murphy & Pearce, 1995; Mohsin & Ryan, 2003; Paris, 2010; Paris & Teye, 2010; Riley, 1988; Uriely *et al.*, 2002), quer dos turistas mais institucionalizados, quer dos seus subsegmentos, entretanto identificados.

Todos os turistas são movidos por um ou mais motivos quando planeiam e realizam as suas viagens. No seu livro “*The Psychology of Leisure Travel*”, Mayo & Jarvis (1981) referem que a motivação é a última força orientadora, caracterizada por motivos internos de natureza psicológica, que explica ações individuais. Por conseguinte, os turistas *backpackers*, constituindo um mercado heterogéneo (Loker-Murphy & Pearce, 1995; Pearce & Foster, 2007; Richards & Wilson, 2004a; Uriely *et al.*, 2002) merecem uma atenção particular, nomeadamente na identificação das tipologias de *backpackers*, de forma a identificar diferentes perfis de modelos de viagem, facilitando assim o marketing turístico (Fodness, 1994, citado por Chen, Bao, & Huang, 2014).

Quando os *backpackers* planeiam a viagem, os fatores motivacionais são relevantes pois estes são guiados por uma pluralidade de forças internas e externas (i.e. *push and pull factors*). Por conseguinte, o que faz as pessoas viajar ao estilo *backpacking* tem sido explorado por diversos investigadores. Oliveira-Brochado & Gameiro (2013) concluíram recentemente que existe uma diversidade emergente e um crescimento da heterogeneidade das preferências dos *backpackers*, sendo conhecidos como turistas que apreciam diferentes tipos de experiências durante as suas visitas.

O *backpacking* é assim um fenómeno heterogéneo em termos de motivações e significados. Uma das principais razões para viajarem ao estilo *backpacker* é construir uma nova identidade temporária durante a viagem, serem mais corajosos e independentes (Cohen, 2003; Elsrud, 2001; Noy, 2004; O’Reilly, 2006). Loker-Murphy (1997) segmentou o segmento *backpacker* de acordo com sua psicografia motivacional colocando em causa a homogeneidade deste segmento. A partir do “*Pearce’s concept of travel careers*”, identifica quatro segmentos distintos de *backpackers* que visitam a Austrália: “*social/excitement seekers*”, “*escapers/relaxers*”, “*achievers*” e os “*self-developers*”. Os primeiros são fortemente motivados pela interação social procurando conhecer pessoas nativas, os segundos, têm como principal motivação a necessidade de relaxar e fugir da rotina diária, procurando aventuras e coisas excitantes para fazer. Os “*achievers*” têm como principal interesse a autorealização para a qual contribui a

satisfação de um conjunto variado de interesses, enquanto os últimos focam a sua visita em lugares de interesse natural e ambiental.

Ryan & Mohsin (2001) utilizaram uma escala de medição do lazer para estudar as atividades desenvolvidas por estes viajantes como sendo o reflexo das suas atitudes e motivações. Explorando os processos de tomada de decisão, para Hyde (2000), citado por Ateljevic & Doorne (2004), uma parte integrante da viagem independente é a satisfação obtida no consumo de experiências onde os detalhes não planeados contribuem para o desenrolar de eventos desconhecidos e inesperados. Por conseguinte, os *backpackers* consomem bens e/ou serviços com o objetivo de criar sentimentos, experiências e emoções.

Murphy (2001) verificou que os aspetos sociais e oportunidades para conhecer outras pessoas não eram o aspeto mais importante para viajar ao estilo *backpacker*, mas sim, o facto de permitir viajar de forma barata. As questões de natureza económica, como a possibilidade de viajar com um orçamento diário reduzido durante o mais longo período de tempo possível foram também verificadas por Paris & Teye (2010), o que poderá justificar a procura por destinos com preços mais reduzidos (Mikulic *et al.*, 2016) e a procura de alojamento e transportes a preços mais baixos (Chen *et al.*, 2014).

Elsrud (1998) estuda também as motivações das *backpackers* suecas identificando o seu desejo em regressar atrás no tempo numa procura por autenticidade. Analisando os motivos, comportamentos e satisfação dos *backpackers* que visitam o norte da Austrália, Mohsin & Ryan (2003) procuraram, entre outros, analisar os seus padrões de viagem, motivações específicas, se o tipo de emprego está relacionado com o seu comportamento e ainda as fontes de satisfação. Concluíram que nem todos os *backpackers* são novos e que alguns são *holidaymakers* a tempo inteiro que se alojam em *hostels* devido aos seus preços reduzidos. Os *backpackers* que pretendem mudar de vida têm mais propensão a arranjar trabalho e em geral, visitam os mesmos lugares que os restantes turistas.

Concetualizar a motivação dos *backpackers* através da teoria *Travel Career Pattern (TCP)* foi um dos objetivos do trabalho de Paris & Teye (2010) que estudaram a relação entre a experiência de viagens realizadas e motivações. Concluíram que as principais motivações dos *backpackers* são o conhecimento cultural e o relaxamento e que existem quatro fatores motivacionais que variam de acordo com a experiência de *backpacking* e de acordo com a idade. São eles o crescimento pessoal/social; experiências; viagem de baixo custo e independência.

Quadro 8. Principais constructos relativos às motivações dos *backpackers* (fatores push e pull).

Principais constructos	Motivações por itens e autores (ano)
1. Crescimento pessoal e social (autoconhecimento e autoaperfeiçoamento)	<ul style="list-style-type: none"> • Melhorar das competências pessoais (Chen, Bao, & Huang, 2014; Larsen <i>et al.</i>, 2011; Mohsin & Ryan, 2003) • Conhecer-me e compreender-me/obter uma nova perspectiva da vida (Chen <i>et al.</i>, 2014; Pearce <i>et al.</i>, 2009) • Desenvolver e atualizar capacidades pessoais (Chen <i>et al.</i>, 2014; Hsu, Wang, & Huang, 2014; Larsen <i>et al.</i>, 2011; Mohsin & Ryan, 2003; Pearce, Murphy, & Brymer, 2009) • Auto-teste (Brzózka, 2012; Chen <i>et al.</i>, 2014; Larsen <i>et al.</i>, 2011; Mohsin & Ryan, 2003) • Mudar carácter/características pessoais (Brzózka, 2012; Chen <i>et al.</i>, 2014; Larsen <i>et al.</i>, 2011; Mohsin & Ryan, 2003) • Liberdade, independência e mente aberta (Brzózka, 2012; Paris & Teye, 2010; Pearce <i>et al.</i>, 2009) • Realizar o sonho de uma vida/ambição (Loker-Murphy, 1997)
2. Interação Social	<ul style="list-style-type: none"> • Fazer/construir amizade com outros; conhecer novas pessoas (Brzózka, 2012; Chen <i>et al.</i>, 2014; Hecht & Martin, 2006; Larsen <i>et al.</i>, 2011; Loker-Murphy, 1997; Loker-Murphy & Pearce, 1995; Maoz, 2007; Mohsin & Ryan, 2003; Murphy, 2001; Oliveira-Brochado & Gameiro, 2013; Paris & Teye, 2010; Pearce <i>et al.</i>, 2009; Riley, 1988) • Desenvolver amizades mais próximas/fortalecimento de relações (Paris & Teye, 2010; Pearce <i>et al.</i>, 2009) • Associarem-se a outros viajantes (Mohsin & Ryan, 2003; Loker-Murphy, 1997; Oliveira-Brochado & Gameiro, 2013; Paris & Teye, 2010) • Comunicar e aprender com outros <i>backpackers</i> (Chen <i>et al.</i>, 2014; Larsen <i>et al.</i>, 2011; Maoz, 2007; Mohsin & Ryan, 2003) • Tornar-se diferente dos outros (Chen <i>et al.</i>, 2014; Larsen <i>et al.</i>, 2011; Maoz, 2007; Mohsin & Ryan, 2003) • Procurar a “cara-metade”/ter relações românticas (Chen <i>et al.</i>, 2014; Larsen <i>et al.</i>, 2011; Maoz, 2007; Mohsin & Ryan, 2003; Pearce <i>et al.</i>, 2009) • Interação com locais (Hsu, Wang, & Huang, 2014; Loker-Murphy, 1997; Paris & Teye, 2010; Riley, 1988)
3. Experiências no destino	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicar com população local (Chen <i>et al.</i>, 2014; Larsen <i>et al.</i>, 2011; Mohsin & Ryan, 2003) • Experienciar coisas que só se fazem uma vez na vida (Mikulic <i>et al.</i>, 2016; Murphy, 2001; Paris & Teye, 2010) • Experienciar o modo de vida local/estrangeiro (Chen <i>et al.</i>, 2014; Hsu, Wang, & Huang, 2014; Larsen <i>et al.</i>, 2011; Mohsin & Ryan, 2003) • Experienciar um destino que está na moda, muito divulgado e publicitado (Loker-Murphy, 1997; Pearce <i>et al.</i>, 2009) • Satisfazer a curiosidade sobre coisas novas (Hsu <i>et al.</i>, 2014; Pearce <i>et al.</i>, 2009) • Passar bons momentos com amigos (Murphy, 2001; Loker-Murphy, 1997; Paris & Teye, 2010) • Experiências excitantes (Chen <i>et al.</i>, 2014; Hsu, Wang, & Huang, 2014; Larsen <i>et al.</i>, 2011; Loker-Murphy, 1997; Mohsin & Ryan, 2003; Paris & Teye, 2010; Richards & Wilson, 2004; Riley, 1988) • Vida noturna e entretenimento (Mikulic <i>et al.</i>, 2016) • Assistir a eventos especiais (festivais, concertos, teatros...) (Mikulic <i>et al.</i>, 2016; Paris & Teye, 2010) • Aprender línguas estrangeiras (Mikulic <i>et al.</i>, 2016) • Observar paisagens naturais e culturas/contacto com a natureza (Brzózka, 2012; Chen <i>et al.</i>, 2014; Larsen <i>et al.</i>, 2011; Loker-Murphy, 1997; Loker-Murphy & Pearce, 1995; Mohsin & Ryan, 2003; Pearce <i>et al.</i>, 2009) • Viver aventuras (Brzózka, 2012; Loker-Murphy, 1997; Pearce <i>et al.</i>, 2009) • Reviver bons momentos do passado (Pearce <i>et al.</i>, 2009) • Visitar lugares e atrações fora dos habituais circuitos turísticos (Paris & Teye, 2010)

Principais constructos	Motivações por itens e autores (ano)
4. Fuga e relaxamento	<ul style="list-style-type: none"> • Escapar à rotina da vida diária e do trabalho (Brzózka, 2012; Chen <i>et al.</i>, 2014; Larsen <i>et al.</i>, 2011; Loker-Murphy, 1997; Maoz, 2007; Mohsin & Ryan, 2003; Pearce <i>et al.</i>, 2009) • Relaxar psicologicamente e mentalmente (Brzózka, 2012; Chen <i>et al.</i>, 2014; Larsen <i>et al.</i>, 2011; Maoz, 2007; Mohsin & Ryan, 2003; Paris & Teye, 2010; Richards & Wilson, 2004a; Uriely <i>et al.</i>, 2002) • Atmosferas/ambientes calmos (Maoz, 2007; Paris & Teye, 2010) • Estar em segurança e afastado de multidões (Pearce <i>et al.</i>, 2009)
5. Conhecimento Cultural	<ul style="list-style-type: none"> • Contactar, conhecer e compreender a cultura, história e sociedade locais (Brzózka, 2012; Chen <i>et al.</i>, 2014; Larsen <i>et al.</i>, 2011; Loker-Murphy, 1997; Mohsin & Ryan, 2003) • Explorar outras culturas e aumentar conhecimentos (Hecht & Martin, 2006; Hsu, Wang, & Huang, 2014; Loker-Murphy & Pearce, 1995; Mikulic <i>et al.</i>, 2016; Mohsin & Ryan, 2003; O'Reilly, 2006; Paris <i>et al.</i>, 2014; Paris & Teye, 2010; Pearce <i>et al.</i>, 2009) • Autenticidade (Gibson & Connell, 2003)
6. Viagem económica	<ul style="list-style-type: none"> • Viajar com orçamento reduzido (Murphy, 2001; Paris & Teye, 2010) • Viajar durante o maior tempo possível (Paris & Teye, 2010) • Destinos com preços mais baixos (Mikulic <i>et al.</i>, 2016) • Procura de alojamento e transportes de preços reduzidos (Chen <i>et al.</i>, 2014)
7. Preferência por <i>backpacking</i> e conformidade	<ul style="list-style-type: none"> • Preferência por viajar ao estilo <i>backpacker</i> (Chen <i>et al.</i>, 2014; Mohsin & Ryan, 2003) • Organizar a própria viagem (Paris & Teye, 2010) • Preferência por um destino em particular (Chen <i>et al.</i>, 2014; Mohsin & Ryan, 2003) • Acompanhar amigos e familiares (Chen <i>et al.</i>, 2014; Mohsin & Ryan, 2003) • Influência de outros <i>backpackers</i> e oportunidade em viajar (Chen <i>et al.</i>, 2014; Mohsin & Ryan, 2003) • Existência de rede de transportes públicos (Hsu, Wang, & Huang, 2014)

Fonte: Chen *et al.*, (2014); Hecht & Martin (2006); Hsu *et al.*, (2014); Larsen *et al.*, (2011); Loker-Murphy (1997); Loker-Murphy & Pearce (1995); Maoz (2007); Mikulic *et al.*, (2016); Mohsin & Ryan (2003); Murphy (2001); Oliveira-Brochado & Gameiro (2013); Paris & Teye (2010); Pearce *et al.*, (2009); Richards & Wilson (2004a); Riley (1988); Uriely *et al.*, (2002) . Construção própria.

Segundo Paris & Teye (2010), o crescimento pessoal/social é a motivação mais importante para *backpackers* com menos experiência. Mohsin & Ryan (2003) consideram os interesses dos *backpackers* idênticos aos restantes turistas que visitam a Austrália, nomeadamente no que diz respeito a produtos turísticos relacionados com a cultura aborígena. Ao analisar as motivações dos *backpackers* israelitas e os seus padrões de viagem, Maoz (2007) relaciona alguns aspetos da sociedade israelita com o comportamento dos *backpackers* deste país, verificando a existência de uma espécie de “orientação coletiva”, que contribui para o facto de viajarem em grupo. Os *backpackers* israelitas têm igualmente tendência a menosprezar outras nacionalidades e os seus anfitriões e tendência para abusar do consumo de drogas e em desrespeitar as normas locais. Viajando predominantemente no final do serviço militar obrigatório, a autora conclui que não são um grupo de alienados da sociedade à procura de um novo rumo, pelo que viajar, é quase um ritual auto imposto de transição para a vida adulta, que ajuda a desenvolver a responsabilidade e o regresso a casa enquanto membros efetivos e plenamente integrados na sociedade.

Durante ou após as viagens efetuadas, muitos *backpackers* procuram experiências e intercâmbios pessoais valiosos, como uma espécie de ritual de passagem para a vida adulta (Noy, 2004; Riley, 1988; Sørensen, 2003) uma vez que a acumulação de experiências pessoais significativas tem um papel central na (re)construção das suas próprias identidades e na redefinição das suas individualidades. As viagens contribuem assim para o autocrescimento e maturidade dos *backpackers* (Ooi & Laing, 2010). Outra motivação frequentemente descrita é a fuga à rotina diária (Riley, 1988) pelo que a viagem se torna numa espécie de *way of escape* (Pearce, 1990 citado por Ho *et al.*, 2012). A fuga ao *stress* e à rotina leva os *backpackers* a procurarem liberdade, independência, aventura e diferentes experiências durante a viagem (Cohen, 2003; Elsrud, 2001; O’Reilly, 2006) tornando-se numa oportunidade que acontece uma vez na vida. Outro aspeto crucial na prática do *backpacking* é a socialização (Cohen, 2003; Loker-Murphy & Pearce, 1995; Murphy, 2001) já que durante as viagens, as amizades e a criação de laços entre *backpackers* formam-se mais rapidamente do que o habitual em situações da vida normal (Riley, 1988; Vogt, 1976). As interações sociais entre os viajantes além de contribuírem para a criação de ideias e objetivos levam à formação ou reformulação de normas, valores e condutas partilhadas entre os *backpackers* (Sørensen, 2003).

O turismo *backpacker* tem também sido considerado um meio de procurar gratificação. Uma das realizações dos *backpackers* é a sua autopercepção de estilo de vida aventureiro e arriscado (Elsrud, 2001; Reichel *et al.*, 2007) evidenciado pelas histórias

das viagens realizadas, carregadas de simbolismo, onde os viajantes fazem declarações sobre as suas identidades (Elsrud, 2001). O encontro com o desconhecido pode ser entendido como um veículo que conduz ao autodescobrimento (Ooi & Laing, 2010) contribuindo também para a aquisição de ferramentas genéricas e para o desenvolvimento de competências pessoais como resultado do autocrescimento resultante das experiências vividas durante as viagens a que Pearce & Foster (2007) chamaram de *university of travel*. Os *backpackers* procuram frequentemente um maior contacto com o que é local ou típico das culturas dos lugares visitados e tentam vivenciar experiências de vida locais (Cohen, 2003).

Hsu, Wang, & Huang (2014) estudaram as diferenças nas motivações dos *backpackers* que visitam Shanghai pela primeira vez e dos *backpackers* que se encontram a repetir a visita. Concluíram que a duração média da estada, daqueles que se encontram a repetir a visita é superior à dos *backpackers* que chegam à cidade pela primeira vez. Os resultados deste estudo também revelaram que para os *backpackers* que visitam Shanghai, os fatores *push* foram mais fortes do que os fatores *pull*.

As atividades praticadas pelos *backpackers* são diversificadas, embora não muito diferentes das atividades praticadas pelos turistas institucionalizados, procurando maior contacto com a natureza, cultura e aventura. Mas não existe apenas uma motivação para a viagem. Os aspetos anteriormente identificados e descritos no quadro 8 relacionam-se entre si e refletem também os objetivos e valores procurados por um grupo bastante diversificado de *backpackers*. Mohsin & Ryan (2003) referem que a motivação deve ser analisada tendo em conta, a necessidade de viajar (“the *push* factors” ou fatores impulsionadores) e as atrações que se querem conhecer (“the *pull* factors” ou fatores de atração). Os fatores *push* corresponderão essencialmente a fatores sociopsicológicos que empurram o turista devido ao seu desejo de viajar; os fatores *pull* corresponderão a atrações de lugares específicos, ou seja, aos atributos do destino. Sendo assim, referem a existência de dois tipos de motivações nos *backpackers*, decorrentes i) do desejo de viajar e da oportunidade criada (*created opportunity*) e, ii) do desejo de viajar e da oportunidade aproveitada (*taken opportunity*).

Por conseguinte, a diversidade de estudos sobre *backpackers* e as suas motivações para viajarem ao estilo *backpacking*, que têm vindo a ser realizados ao longo do tempo e em diversas latitudes, parecem demonstrar que as principais motivações têm vindo a mudar. Os diferentes tipos de *backpackers* vão ao encontro da noção de ‘pós-turistas’, proposta por Feifer’s (1985), citado por Uriely, Yonay & Simchai (2002), como sendo aqueles que apreciam diferentes tipos de experiências durante a sua viagem.

3.6. Turismo *backpacker* e globalização

O termo globalização terá surgido na década de 1960 quando Marshall McLuhan utilizou o conceito de *aldeia global* para se referir ao impacte das novas tecnologias da comunicação na vida social e cultural. A compressão do espaço-tempo teorizada por David Harvey (1989) transformou de tal forma a estrutura e a escala das relações humanas que os processos sociais, culturais, políticos e económicos desenrolam-se à escala global com uma consequente redução do significado de outras escalas geográficas como a nacional, local, etc. (Johnston, Gregory, Pratt & Watts, 2000). Vive-se, por isso, num mundo onde os estados-nação têm vindo a perder influência à escala global. Este “*enfraquecimento do Estado soberano*” de que nos fala Beck (2000) reflete-se numa certa perda de identidade cultural, da qual é reflexo a progressiva homogeneização das culturas e onde as preferências dos consumidores são conduzidas e posteriormente satisfeitas através do fornecimento de produtos globais criados por empresas multinacionais que operam em todo o globo. Para o Fundo Monetário Internacional (1997, p.45) a globalização “*refere-se à crescente interdependência económica dos países através do aumento do volume e variedade de transações transfronteiriças de bens e serviços bem como dos fluxos internacionais de capital*”, acrescentando ainda ao conceito “*a rápida e elevada difusão da tecnologia*”. A interdependência das economias nacionais e a maior internacionalização dos recursos nacionais estão também muito presentes na definição apresentada pela OECD (2005). Sendo assim, importa destacar o papel das empresas multinacionais, que encontrando-se no centro do processo de globalização contribuem enormemente para as transferências internacionais de conhecimento, tecnologia e capital (World Economic Forum, 2013). No entanto, Giddens (2006) realça que a globalização não é apenas um fenómeno de natureza económica. Influenciada pelo progresso nos sistemas de comunicação, em finais dos anos 60 do século XX, a globalização também é política, tecnológica e cultural. A ideia de que a globalização é um processo inexorável e virtualmente imparável, uma força à qual só nos podemos acomodar, mais do que resistir, tem-se tornado uma ideia central dos círculos políticos e económicos neoliberais. Para Steingard & Fitzgibbons (1995) a globalização não é mais do que um constructo ideológico, impelido por uma parte da comunidade académica internacional ligada aos negócios, orientado para a satisfação das necessidades capitalistas por novos mercados e mão de obra.

Encontrar uma definição para o conceito de globalização não é tarefa fácil, como se pode observar pela figura 7. Sendo um fenómeno complexo, multifacetado e transversal a praticamente todas as dimensões da nossa vida (económica, tecnológica, social,

cultural e política), tem sido definido “*com algumas conotações referentes ao progresso, desenvolvimento e estabilidade, integração e cooperação, e outros referentes a retrocesso, colonialismo e desestabilização*” (Al-Rodhan & Stoudmann, 2006, p.3). É também “*um fenómeno interior que influencia aspetos íntimos e pessoais*” (Giddens, 2006, p.45), devendo por isso ser entendida como uma complexa rede de processos que, com maior ou menor intensidade, envolve tudo e todos, e cujo grande desafio é geri-la e orientá-la, contribuindo para o surgimento de uma ordem global democrática, respeitadora dos direitos e liberdades fundamentais de todos os seres humanos.

Como se pode observar pela figura 8, a atividade turística está intimamente ligada com o processo de globalização, fenómeno cada vez mais descentralizado, no qual o segmento de turistas *backpackers* tem desempenhado um papel fundamental enquanto causa e consequência da contínua integração transnacional e transcultural. Sustentado no desenvolvimento tecnológico dos transportes e no surgimento das companhias aéreas de baixo custo, no desenvolvimento das novas tecnologias de informação e comunicação e na crescente rede de *hostels*, o turismo *backpacking* cresceu e diversificou-se, contribuindo para a concretização e reprodução da globalização (figura 8).

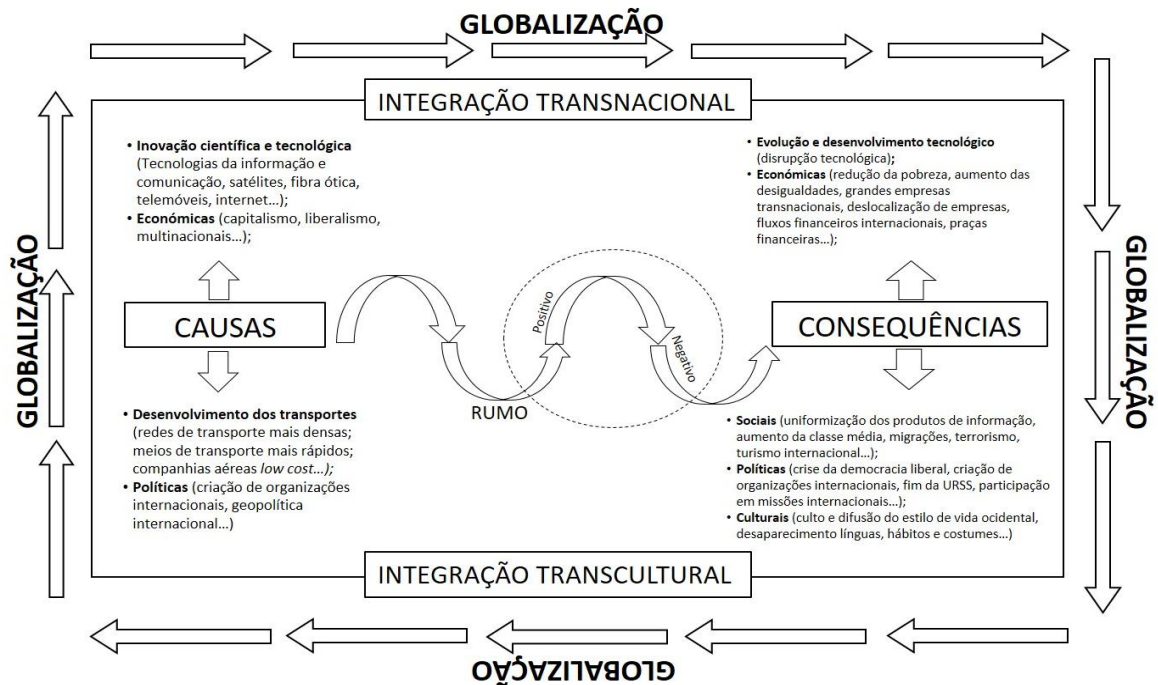
3.6.1. Backpackers: nómadas modernos e globais⁸

Apesar de não haver ainda muitas investigações de natureza etnográfica sobre os turistas *backpacker* (e.g. Maoz, 1999; Welk, 2004; Westerhausen, 2002, citado por Binder, 2004), os trabalhos de Anderskov (2002) e Sørensen (2003) fazem referência à existência de uma cultura *backpacker*. Utilizando uma metodologia que lhes permite analisar diferentes perspetivas da vida destes turistas, dos lugares visitados e dos fatores de mudança inerentes a este fenómeno, Sørensen (2003) demonstra a importância de um conceito dinâmico de cultura adequado aos tempos em que vivemos. A definição de cultura apresentada por Tylor (1903, p.1) remete-nos para “*o complexo que inclui conhecimento, crenças, arte, moralidade, leis, costumes e outras aptidões e hábitos adquiridos pelo homem como membro da sociedade*”. Por conseguinte, cada cultura manifesta-se e reproduz-se num determinado território onde vive uma determinada sociedade, o que contraria a permanente desterritorialização inerente ao nomadismo dos *backpackers*. Mas a cultura *backpacker* existe, e segundo Anderskov (2002), encontra-se hierarquicamente estruturada e com um *status* individual conectado

⁸ A investigação realizada para este subcapítulo/secção permitiu a sua publicação em: Martins, M. R. (2015). Turistas *backpackers*: os antituristas na era da hiper-mobilidade. In Globalização, Cadernos Mateus DOC 10 (pp. 157–173). Vila Real: Instituto Internacional Casa de Mateus.

aos valores de liberdade, independência, tolerância, orçamento reduzido e interação com a população local.

A comunidade *backpacker* partilha assim uma cultura que é constituída por normas, condutas, hierarquias, entre outros, que emergem, ganham raízes e que se reproduzem através, por exemplo, da transmissão de informação e conhecimentos entre os *backpackers* mais velhos e experientes e os *backpackers* mais novos. Trata-se de uma comunidade que não se encontra delimitada por um lugar nem por um grupo fixo e onde a hierarquia social depende da troca do mais valioso: informação. A comunidade *backpacker* também se caracteriza pela sua interconetividade e por os seus elementos serem interdependentes.



Fonte: Martins (2015)

Figura 7. Visão sistémica do processo de globalização.

Circulam por todo o globo, tendo como suporte uma vasta rede de *hostels* que, servindo de apoio à sua mobilidade, deram origem em algumas cidades a verdadeiros enclaves de *backpackers* (Cohen, 2011; Maoz, 2006; O'Regan, 2010b; Peel & Steen, 2007). Os *hostels* não são apenas um alojamento barato. São lugares de encontro, de criação e reprodução de identidades, lugares de partilha de ideias, hipóteses, histórias e conhecimento (O'Regan, 2010a) e, por isso, fundamentais na cultura *backpacker*. É nestes lugares de encontro que os *backpackers* i) interagem entre si e mantêm diálogos focados nas viagens que estão a realizar; ii) estabelecem contactos via telemóvel ou internet com amigos e familiares que, à distância, vão acompanhando a viagem; iii) e

contactam com elementos da população local. Se tradicionalmente os principais fluxos de *backpackers* tinham como direção privilegiada os países do sul da Ásia (Índia, Tailândia, Malásia, Indonésia, entre outros), tem-se assistido a uma diversificação dos destinos pelos outros continentes. A Europa conheceu um incremento após a queda do Muro de Berlim, acontecimento que facilitou posteriormente a circulação de turistas ávidos em conhecer o que restava do velho império soviético. Os conhecidos passes Interrail também favoreceram a mobilidade no continente europeu, permitindo viajar de comboio por vários países, a preços reduzidos.

Reflexo da globalização, as mais diversas culturas têm vindo a ser bombardeadas por influências globais. Com a intensificação das relações sociais à escala global promovida pelos atuais meios de comunicação social, passa-se a pensar globalmente, pelo que os problemas atuais não são apenas problemas locais ou regionais. Um acontecimento num lugar distante refletir-se-á com maior ou menor intensidade em todo o planeta, como tem acontecido com a crise da dívida soberana de alguns países, com o fluxo de refugiados em direção à Europa, entre outros, dificultando a sua gestão à escala nacional. A globalização tem assim conduzido ao desaparecimento de uma consciência territorial (local, regional ou nacional), contribuindo para o surgimento de sentimentos de “desorientação” e para uma redução do mediatismo de comunidades que se encontram geograficamente mais periféricas e economicamente à margem dos principais centros de decisão.

Esta situação encontra-se em linha com uma das principais motivações dos turistas *backpackers* que viajam como reação à alienação da sociedade moderna e ao desaparecimento das culturas pré-modernas, visitando-as antes que desapareçam, aumentando os conhecimentos sobre as mesmas e desafiando simultaneamente as suas próprias capacidades. Mas a globalização não tem só aumentado o ritmo de marginalização de algumas sociedades e culturas periféricas. A rapidez com que os turistas chegam a elas é avassaladora, permitindo aos *backpackers* viajarem até lugares que a maioria dos turistas nunca ouviu sequer falar, ultrapassando barreiras físicas e culturais com grande facilidade.

Esta procura de diferenciação, imagem de marca dos *backpackers*, descritos por vezes como antituristas, opõe-se à imagem do turista “convencional”, acorrentado aos “pacotes de viagens com tudo incluído” vendidos em série em todas as agências de viagem. O sentimento de liberdade oferecido pelo turismo *backpacking* é também reconhecido como uma das principais motivações, procurado por jovens que se encontram no final do ensino secundário ou universitário e que não querem entrar no

mundo do trabalho, casar e ter filhos sem antes viajarem de mochila às costas durante um longo período por diversas regiões do mundo. Ritual de passagem entre a escola e a universidade ou entre a universidade e o mundo do trabalho, o turismo *backpacker* pode também ser considerado um “período de transição autoimposto” ou ainda como um momento rico em oportunidades educativas e desenvolvimento de competências gerais, uma espécie de “*University of Travel*” como referem Pearce & Foster (2007).

As novas Tecnologias de Informação e Comunicação, e a internet em particular, têm tido um impacto notável no turismo *backpacker* (figura 8). Utilizada como transmissora de informação e, por isso, reprodutora da cultura *backpacker*, a internet é igualmente um facilitador de viagens, de contactos, comentários (e-WOM), sugestões, entre outros, contribuindo para a disseminação da solidariedade e para a partilha de conhecimentos da cultura *backpacker*⁹. É também responsável por uma disrupção digital que, ao nível do turismo, é visível através do surgimento de empresas como a *Airbnb*, *Uber*, *Skype*, *Booking.com*, entre outras.

É ao desenvolvimento dos transportes e das Tecnologias de Informação e Comunicação que se deve a (híper)mobilidade contemporânea tão característica dos *backpackers*. Essa mobilidade expressa-se não só nas viagens realizadas, mas também nos frequentes contactos com amigos, familiares, outros *backpackers* com que se estabeleceram convívios ou amizades durante a viagem, população local e outros viajantes (Paris, 2010b), numa espécie de socialização itinerante que resulta do permanente contacto com uma rede social virtual e onde a informação circula em tempo real, por todo o mundo, esbatendo as fronteiras políticas entre os lugares visitados e o lar, lugar de residência habitual (Paris, 2010b). Não deixa de ser irónico que o sentimento de liberdade intrínseco à realização de uma viagem para um lugar distante conviva com a frequente necessidade de não perder o contacto com as origens. A UNWTO e WYSE Travel Confederation (2010) realçam que as viagens dos turistas mais jovens são um importante mercado para o futuro, referindo que os jovens que viajam gastam, por vezes, mais dinheiro que os restantes turistas e que há uma maior probabilidade de tornarem a visitar o mesmo destino (fidelização).

⁹ Nota: Sítios de internet como o *Hostelworld.com* permitem a reserva *online* em dezenas de milhares de *hostels* em mais de 170 países. A heterogeneidade do segmento *backpacker* tem contribuído para que os sítios de internet especializados em *hostels* tenham alargado o seu âmbito de atuação para outros alojamentos de custos reduzidos, como parques de campismo, *bed&breakfast*, apartamentos, entre outros.

Além de desempenharem um papel importante na divulgação dos destinos e na atração de novos visitantes, dão ainda um importante contributo noutros setores da economia, fornecendo mão de obra temporária¹⁰ durante as colheitas no setor agrícola em países como a Austrália ou a Nova Zelândia. Além das importantes receitas geradas por este segmento, os destinos de turistas mais jovens são também descritos como mais resilientes, não estando tão sujeitos à volatilidade do mercado, recuperando mesmo mais depressa de eventuais crises. Contribuindo para o desenvolvimento económico de regiões mais periféricas e pouco desenvolvidas, os turistas *backpacker* consomem produtos e serviços locais (Hampton, 1998; Scheyvens, 2002) e têm frequentemente um menor impacte ambiental.

São ainda adeptos de *voluntourism*, participando voluntariamente em atividades de mitigação da pobreza em regiões mais pobres, como a construção de escolas ou centros de saúde, ou ainda em campanhas relacionadas com a saúde pública ou o desenvolvimento rural. Richards & King (2003) salientam ainda que o turismo jovem tem sido descrito por organizações internacionais, como a UNESCO, como tendo um papel importante no aumento da sensibilização cultural entre os jovens, contribuindo para a manutenção da paz e para a compreensão intercultural, uma conclusão consentânea com o trabalho de Anderskov (2002), onde os *backpackers* referiram querer projetar os valores transmitidos durante as suas viagens na sua própria vida, dando um contributo relevante para um futuro mais pacífico e sustentável. Devido à sua grande interação com os povos que visitam, promovem níveis de aceitação e tolerância mútuos, estando melhor preparados para compreender e gerir eventuais conflitos sociais e civilizacionais, como os que a Europa enfrenta atualmente com o terrorismo e a crise dos refugiados e imigrantes ilegais.

3.7. Relevância económica e social do turismo *backpacker*¹¹

Ao longo da revisão da literatura efetuada até ao momento, vários artigos científicos referem inúmeros contributos do turismo *backpacker* para o desenvolvimento e alívio da pobreza. Com o objetivo de aprofundar a sua relevância económica, procedeu-se a uma leitura de todos os artigos sobre esta temática, disponíveis na conhecida base de dados SCOPUS, fazendo uma análise às metodologias utilizadas, localização das áreas de

¹⁰ Enquanto força de trabalho, os *backpackers* são reconhecidos por Williams (1989), na sua obra *Resources of Hope*, como fazendo parte de uma espécie de “capitalismo nómada” num mundo globalizado, preenchendo temporariamente lacunas na força laboral de algumas regiões.

¹¹ Parte da investigação realizada para este subcapítulo/secção permitiu a sua publicação em: Martins & Costa (2017). Backpackers' contribution to development and poverty alleviation: myth or reality? A critical review of the literature and directions for future research. *European Journal of Tourism Research*, 16, 136–153.

estudo, apresentando e discutindo os principais impactes económicos e sociais do turismo *backpacker*.

Nas investigações pesquisadas e seleccionadas, os seus autores procederam à recolha e utilização exclusiva de dados primários, com exceção dos trabalhos realizados por Gibson & Connell (2003) e Rogerson (2007b) que utilizaram simultaneamente dados primários (entrevistas) e dados secundários (estatísticas oficiais). A falta de informação estatística sobre o turismo jovem e mais especificamente, sobre o turismo *backpacker* é sintomático desta realidade. Apenas a Austrália e a Nova Zelândia recolhem e publicam periodicamente informações sobre este segmento turístico. As metodologias mais frequentes, utilizadas na recolha dos dados primários no âmbito dos estudos empíricos foram as entrevistas e os questionários. As entrevistas foram utilizadas por Daldeniz & Hampton (2013); Ho, Lin, & Huang (2012); Lloyd (2003); Moscardo, Konovalov, Murphy, & McGehee (2013) e Rogerson (2007b). Os questionários foram a técnica utilizada nos trabalhos de Becken & Simmons (2008); Ooi & Laing (2010) e Rogerson (2007a). No entanto, na maioria dos artigos foi utilizada um conjunto de técnicas e instrumentos de recolha de informação associados entre si (mista), como por exemplo, o trabalho de campo, a observação participada, entrevistas semiestruturadas, discussões semiformais ou questionários (Gibson & Connell, 2003; Hampton, 1998, 2003; Hamzah & Hampton, 2013; Iaquinto, 2015; Maoz, 2006; Sørensen, 2003; Wunder, 2000) tendo ainda sido levada em consideração, em alguns casos, a experiência *backpacker* do investigador (Scheyvens, 2002; Sørensen, 2003). A utilização de técnicas mistas vai ao encontro da natureza dos trabalhos desenvolvidos, quer de cariz antropológico e etnográfico quer ligados à avaliação da sustentabilidade. Já os estudos de natureza mais quantitativa utilizaram preferencialmente os questionários.

Alguns dos estudos analisados sugerem que por permanecerem por períodos mais longos num destino, os *backpackers* gastam mais do que os restantes turistas e têm mais contacto com os locais, adquirindo-lhes mais serviços, contribuindo com um maior impacte na economia local (Becken & Simmons, 2008; Gibson & Connell, 2003; Hampton, 1998; Iaquinto, 2015; Lloyd, 2003; Maoz, 2007; Moscardo *et al.*, 2013; Musa & Thirumoorthi, 2011; Ooi & Laing, 2010; Peel & Steen, 2007; Scheyvens, 2002; Wunder, 2000). A UNWTO & WYSE Travel Confederation (2010) realçam ainda a maior probabilidade deles tornarem a visitar o mesmo destino (fidelização).

Após a leitura dos trabalhos seleccionados (quadro 9), há um aspeto crucial que merece ser destacado: a inexistência de investigações de natureza quantitativa que tenham como principal objetivo a avaliação dos efeitos económicos totais (diretos, indiretos e

induzidos) do segmento *backpacker*. Apenas Becken & Simmons (2008) desenvolveram um conjunto de indicadores de rendimento (*Yield*) para quantificar o lucro ou retorno de diferentes segmentos turísticos na Nova Zelândia. Usando uma análise econométrica, Dayour *et al.*, (2016) investigaram num artigo recente, os determinantes da despesa agregada dos *backpackers* que visitam o Gana, bem como as suas despesas em vários bens e serviços, incluindo alojamento, comida e bebidas e atrações.

Será então legítimo afirmar que este segmento tem um verdadeiro e efetivo impacte económico nos destinos? As evidências empíricas de natureza quantitativa existentes serão suficientes para corroborar esses impactes? Apesar das poucas evidências empíricas, pode-se considerar que têm sido observados e descritos vários impactes positivos.

O trabalho mais completo sobre o impacte económico do turismo *backpacker* é realizado por Scheyvens (2002) através duma profunda revisão da literatura, onde é discutido o papel do turismo *backpacker* na promoção do desenvolvimento local de regiões pouco desenvolvidas. Numa perspetiva idêntica, embora com algumas evidências empíricas, Hampton (1998) faz uma comparação entre o turismo *backpacker* e o chamado turismo convencional, discutindo, entre outros, a fuga de capitais, argumentando que ao nível económico local, o encorajamento do turismo responsável tem o potencial de aliviar a pobreza, aumentando a participação local no processo de desenvolvimento, contribuindo assim para contrariar alguns dos excessos do turismo em massa, ideia partilhada por Rogerson (2011). Reconhece-se assim que o turismo *backpacker* contribui para o desenvolvimento de redes de telecomunicações e transportes, para a procura de tipos de alojamento mais baratos e uma estrutura paralela de restaurantes e um conjunto de outros serviços de apoio turístico (Hampton, 1998). Globalmente, promove um conjunto de oportunidades para o desenvolvimento de um turismo mais responsável e aliviador da pobreza, sobretudo em regiões mais pobres e à margem das principais e tradicionais rotas turísticas (Rogerson, 2011). Percorrendo no destino uma área de maior dimensão os *backpackers* contribuem para o surgimento de negócios que não necessitando de grandes investimentos proporcionam rendimentos complementares fundamentais para muitas famílias (Hampton, 1998; Rogerson, 2011; Scheyvens, 2002; Wunder, 2000).

Incidindo estes estudos em países em desenvolvimento (PED), onde as situações de pobreza e subdesenvolvimento são mais relevantes, Hampton (2003) questiona se o turismo *backpacker* fornece efetivamente à população local um meio de entrada no processo de globalização, salientando que ao longo do tempo, os destinos turísticos

vão-se desenvolvendo e captando investimento estrangeiro e outros segmentos de turistas considerados economicamente mais vantajosos pela maioria dos governos, podendo verificar-se uma diminuição do controlo e da propriedade por parte da população local, situação analisada mais recentemente por Hamzah & Hampton (2012). Estes autores acompanharam as mudanças, os problemas e as tensões decorrentes da instalação de multinacionais e a resposta dos pequenos *stakeholders* locais a essa mesma realidade através de uma original investigação longitudinal.

Com a massificação do turismo nas comunidades estudadas, os *backpackers* passaram a evitar o destino, mas a experiência dos pequenos operadores locais, mais flexíveis e mais aptos para responderem às mudanças, adaptaram-se às novas tecnologias e em vez da marginalização, conseguiram responder às dificuldades e à criação de um novo sistema turístico no destino capaz de satisfazer a nova procura (Hamzah & Hampton, 2013), contrariando a ideia de Cohen (1982) citado por Scheyvens (2002) que não tendo as ferramentas, experiência ou recursos para fornecer serviços para turistas de luxo muitas empresas prestadoras de serviços turísticos tendem a ser propriedade de estrangeiros.

A experiência adquirida na prestação de serviços ao segmento *backpacker* parece assim ter contribuído para a aquisição e difusão de competências que tornam os *stakeholders* locais mais resilientes perante novos desafios. Num estudo sobre as consequências económicas, ambientais e sociais do turismo de mergulho nos países em desenvolvimento (PED), Daldeniz & Hampton (2013), apesar de admitirem que formas de turismo alternativas originam um maior envolvimento e trazem mais benefícios às comunidades locais dos PED, são poucas as empresas de mergulho que contratam trabalhadores locais devido à falta de qualificações exigidas neste tipo de atividades. As suas evidências empíricas concluem que poucos locais abriram negócios e poucos conseguiram emprego (sobretudo pouco qualificado) quer devido a restrições financeiras, a dificuldades com a língua inglesa ou à pouca vontade em ficar a trabalhar na sua comunidade. Um outro aspeto a ter em conta no turismo *backpacker* é a sua menor contribuição para a fuga de capitais para o estrangeiro (quadro 10), resultado dos menores investimentos necessários para satisfazer a procura deste segmento, devido ao menor consumo de produtos e serviços importados e pelo facto dos lucros permanecerem na comunidade (Hampton, 1998, 2003; Hamzah & Hampton, 2013; Musa & Thirumoorthi, 2011; Wunder, 2000).

Os apoios governamentais no desenvolvimento do turismo *backpacker* constituem um outro tópico merecedor de atenção (quadro 10).

Quadro 9. Metodologias utilizadas na recolha de dados primários e área geográfica dos estudos empíricos.

Autores	Instrument(s)/Técnicas	Público-alvo	Área geográfica
Lloyd (2003)	Entrevistas semiestruturadas	23 proprietários de “ <i>traveller cafés</i> ” e vários responsáveis governamentais pela regulação do setor 80 proprietários de <i>Hostels</i>	Hanói e Ho Chi Minh (Vietname) África do Sul
Rogerson (2007b)		18 entrevistas a <i>backpackers</i> e e análise de 192 comentários online	Kuala Lumpur (Malásia) Austrália a Nova Zelândia
Musa & Thirumoorthi (2011)		60 entrevistas (por telefone ou MSN) a <i>backpackers</i> que trabalharam na Austrália e Nova Zelândia	Malásia (3 comunidades costeiras)
Ho, Lin, & Huang (2012)		173 <i>stakeholders</i>	Austrália (3 destinos)
Daldeniz & Hampton (2013)		25 locais que não se encontram ligados ao setor do turismo	
Moscardo <i>et al.</i> , (2013)		650 <i>backpackers</i>	Gana
Dayour <i>et al.</i> (2016)		249 <i>backpackers</i>	Melbourne, Australia
Ooi & Laing (2010)	Questionário	5342 turistas de vários segmentos	Nova Zelândia
Becken & Simmons, (2008)		579 <i>backpackers</i>	Israel
Reichel <i>et al.</i> (2007)		292 <i>backpackers</i>	África do Sul
Rogerson (2007a)	Conjunto de técnicas qualitativas: trabalho de campo; entrevistas semi-estruturadas, <i>Participatory rural appraisal</i> (PRA); observação direta; entrevistas repetidas com informadores chave.	Dezenas de entrevistas a turistas	Ilha de Gili Trawangan (Lombok), Indonésia Oriental
Hampton (1998)			
Wunder (2000)	Várias entrevistas aos stakeholders locais e questionários aos turistas.	350 turistas	Ilha Grande, Rio de Janeiro (Brasil)
Sørensen (2003)	Trabalho de campo etnográfico e entrevistas semi-estruturadas (formais e semi-formais); discussões semi-formais com 1 a 7 elementos.	58 <i>backpackers</i>	Várias regiões do mundo (exceto América do Sul e Austrália)
Scheyvens (2002)	Experiência de <i>backpackers</i> na Ásia, Trabalho de campo em África e revisão da literatura	S/d	Várias regiões do mundo, exceto América do Sul e Austrália
Gibson & Connell (2003)	Trabalho de campo (1998-2001), entrevistas, análise de mais de 1000 documentos de texto e audiovisuais.	50 <i>stakeholders</i>	Austrália Byron Bay, Australia.

Maoz (2006)	Trabalho de campo etnográfico, observação participada e entrevistas semi-estruturadas aos stakeholders locais	25 <i>backpackers</i> israelitas; 15 indianos; dezenas de entrevistas informais com visitantes e locais	Norte da Índia
Rogerson (2011)	Resultados de um estudo nacional sobre turismo <i>backpacker</i>	Entrevistas e questionários	África do Sul
Hamzah & Hampton (2012)	Observação participada, entrevistas semi-estruturadas e questionários (estudo longitudinal entre 1995-2010).	Stakeholders e população locais.	Ilha de Perhentian Kecil (Malásia)
Iaquinto (2015)	Entrevistas semi-estruturadas, trabalho de campo com observação participada (2 meses) e questionários.	74 entrevistas a <i>backpackers</i> e 155 questionários a turistas	Austrália
Peel & Steen (2007)	Análise de conteúdo de artigos de media (jornais)	n/d	Austrália
Chen & Weiler (2014)	Análise de comentários em fóruns de internet visitados por <i>backpackers</i> chineses	n/d	China (Tibete)

Fonte: Martins & Costa (2017).

Rejeitado ou ignorado pela maioria dos PED, pelos reduzidos gastos diários associados a este segmento, é mais comum o incentivo a grandes investimentos externos (Hamzah & Hampton, 2013). Hampton (2003) reforça a ideia que os governos dos PED deveriam dar mais atenção ao turismo *backpacker*, aspeto salientado por Rogerson (2011) que realça a mudança de atitude das autoridades sul-africanas, que desde 2006 passaram a reconhecer a sua importância tal como as autoridades da Malásia em 2008 (Musa & Thirumoorthi, 2011) onde 10% dos turistas internacionais são *backpackers*. Estas mudanças de atitude, que acompanham o crescente interesse dos investigadores no impacto económico do turismo *backpacker*, vão ao encontro da ideia de que promovendo este segmento, se investe no futuro, aumentando a probabilidade de fidelização.

Mas será que os turistas *backpacker* de hoje serão os turistas endinheirados do futuro? Hampton (2003) e Rogerson (2011) sugerem que os *backpackers* tendem a ser os últimos a abandonar um destino em situações de crise e os primeiros a regressar aquando da melhoria das condições, situação reconhecida por Peel & Steen (2007) ao admitir a relativa indiferença ao risco por parte dos *backpackers*, característica que terá contribuído para o aumento do valor deste segmento.

As autoridades australianas que têm vindo a promover este segmento desde meados de 1990, reconhecem os *backpackers* como um importante nicho de mercado que representou em 2004 aproximadamente 20% das receitas totais provenientes do turismo internacional (Peel & Steen, 2007). Atitude semelhante tem vindo a ser seguida pela vizinha Nova Zelândia. O trabalho de Gibson & Connell (2003) reflete bem o impacto dos *backpackers* numa pequena comunidade costeira da Austrália, onde a especialização em determinados eventos culturais ligados à música e dança teve um impacto económico significativo na região. Entre os artigos em análise há também um conjunto de estudos dedicados aos *hostels*, cujo aumento da oferta é com frequência utilizado como um bom indicador da evolução do número de *backpackers* (Gibson & Connell, 2003; Lloyd, 2003; Rogerson, 2007b, 2007a; Wunder, 2000).

Enquanto Musa & Thirumoorthi (2011) analisam a importância da qualidade do serviço prestado em *hostels*, Lloyd (2003) investigou o impacto da regulação governamental dos *hostels* ou “*traveller cafés*” no Vietname concluindo a existência de respostas erráticas da parte das autoridades estatais, que induzidas por estereótipos, e não tendo apoiado numa primeira fase o desenvolvimento privado do turismo *backpacker*, perante o reconhecimento do seu impacto económico, passou a incentivar a criação de empresas estatais para concorrer com os privados no segmento turístico de baixo custo.

Quadro 10. Impactes do turismo *backpacker* no crescimento e desenvolvimento económico

Possíveis formas de impacte económico do turismo <i>backpacker</i>	Autores
Gastam mais dinheiro que os restantes turistas devido à sua estada mais longa, contribuindo para uma entrada significativa de divisas.	Becken & Simmons (2008); Hampton (1998); Iaquinto (2015); Lloyd (2003); Maoz (2006); Moscardo <i>et al.</i> (2013); Musa & Thirumoorthi (2011); Ooi & Laing (2010); Peel & Steen (2007); Scheyvens (2002)
Gastam mais dinheiro por uma área mais vasta, incluindo as mais remotas, isoladas e economicamente deprimidas	Dayour <i>et al.</i> , (2016); Iaquinto (2015); Maoz (2006); Musa & Thirumoorthi (2011); Peel & Steen (2007); Rogerson (2011); Scheyvens (2002)
Não adquirem produtos luxuosos, gastando mais em produtos e serviços locais (restauração, transporte e alojamento)	Gibson & Connell (2003); Iaquinto (2015); Maoz (2006); Ooi & Laing (2010); Moscardo <i>et al.</i> (2013); Scheyvens (2002); Wunder (2000)
Os benefícios económicos chegam a um maior número de trabalhadores locais porque os investimentos em negócios e as qualificações necessárias não são muito elevados.	Dayour <i>et al.</i> , (2016); Hamzah & Hampton (2012); Ooi & Laing (2010); Rogerson (2011); Scheyvens (2002)
As infraestruturas necessárias são básicas diminuindo os investimentos iniciais e minimizando a importação de bens.	Hampton (1998); Ooi & Laing (2010); Scheyvens (2002)
Contribui para a diminuição da fuga de capitais e para o aumento dos efeitos induzidos, promovendo o alívio da pobreza extrema.	Dayour <i>et al.</i> , (2016); Hampton (1998); Hamzah & Hampton (2012); Musa & Thirumoorthi (2011); Wunder (2000)
Efeitos multiplicadores significativos devido à utilização de recursos e mão-de-obra local.	Chen & Weiler (2014); Hampton (1998); Scheyvens (2002)
As empresas prestadoras de serviços aos <i>backpackers</i> são de reduzida dimensão sendo os seus proprietários residentes locais.	Hampton (1998); Maoz (2006); Scheyvens (2002)
Os proprietários locais podem dar origem a organizações que promovem o turismo local indo ao encontro dos seus interesses e aspirações, ganhando capacidade de negociação.	Hampton (1998); Scheyvens (2002)
Consumem menos recursos energéticos, contribuindo para a preservação ambiental.	Iaquinto (2015); Ooi & Laing (2010); Scheyvens (2002); Wunder (2000)
Os empresários que operam no mercado turístico local desafiam o domínio das multinacionais.	Hamzah & Hampton (2012); Scheyvens (2002)
Os turistas <i>backpacker</i> constituem uma importante força de trabalho temporário, no setor agrícola e turístico.	Iaquinto (2015); Moscardo <i>et al.</i> , (2013); Peel & Steen (2007)
Os turistas <i>backpacker</i> constituem uma grande parte do voluntariado internacional que contribui para a realização de projetos de natureza social, cultural ou económica.	Ooi & Laing (2010); Rogerson (2011)
Maior probabilidade dos turistas <i>backpacker</i> repetirem a visita (fidelização).	Rogerson (2011)

Fonte: Martins & Costa (2017)

Na mesma linha de investigação, Rogerson (2007a), consciente da importância económica do turismo jovem, salienta a necessidade da criação de uma política de desenvolvimento estratégico do turismo *backpacker* na África do Sul. Desenvolvendo um trabalho orientado sob a perspetiva empresarial dos *hostels*, identificou várias barreiras à competitividade deste segmento hoteleiro como a falta de reconhecimento oficial ou a falta de recolha e tratamento oficial de dados estatísticos (Rogerson, 2007b).

Uma outra área de interesse analisada pelos estudos selecionados é a preocupação com a sustentabilidade do turismo *backpacker*. Tentando encontrar o tipo de visitante ideal no que respeita à sustentabilidade de vários segmentos de turistas, Becken & Simmons (2008) analisaram o seu impacte no ambiente, na economia e ainda em termos de custos para o setor público, tendo concluído que os *backpackers* e os campistas têm um grande impacte económico por gastarem mais e por se dispersarem por uma maior área, embora frequentem um grande número de atrações públicas

representando por isso, maiores custos para o Estado. Moscardo *et al.* (2013) ao descreverem também os impactes positivos e negativos dos turistas em três destinos australianos reconhecem que os *backpackers* constituem uma importante força de trabalho temporária crucial na agricultura, sobretudo durante as colheitas.

Uma vez que um grande número de *backpackers* é “*holiday-maker*” (Ho *et al.*, 2012) a estada prolongada destes turistas torna-os também importantes financiadores da economia local, ideia já defendida por Peel & Steen (2007) e mais recentemente por laquinto (2015) que conclui que quando os *backpackers* exercem uma atividade laboral no destino, a sustentabilidade económica, social e ambiental sai mutuamente reforçada. Uma outra forma dos *backpackers* contribuírem positivamente para a sustentabilidade dos destinos é a criação e desenvolvimento do turismo voluntário. O potencial alinhamento entre estes dois segmentos de mercado, que partilham motivações, foi explorado por Ooi & Laing (2010) sugerindo a criação de atividades destinadas especificamente a este segmento.

A existência de poucas pesquisas sobre a relevância económica dos turistas *backpackers* tem contribuído para a manutenção das atitudes prejudiciais da parte das autoridades de alguns PED em relação a este segmento (Hampton, 2003). Atitude diferente tem tido o governo australiano, que desde 1990 tem incentivado e promovido com sucesso o desenvolvimento deste segmento, acabando por captar o interesse de alguns grupos hoteleiros internacionais como o francês *Accor* ou o japonês *Daikyo's* (Peel & Steen, 2007). Sendo um grupo heterogéneo e complexo (Sørensen, 2003), constituído por um numeroso conjunto de subsegmentos (figura 4), poderá aumentar as oportunidades de negócios em muitos destinos que decidam apostar na sua promoção. Os responsáveis pelo planeamento e gestão dos destinos poderão dirigir as estratégias de marketing para os segmentos que melhor se adaptem à realidade local ou regional, trazendo com isso, importantes vantagens competitivas, como aconteceu em algumas regiões australianas (Gibson & Connell, 2003).

A revisão sistemática da literatura publicada em artigos científicos sobre o impacte económico do turismo *backpacker* evidenciou a existência de algumas lacunas. Embora a literatura existente faça referência a alguns dos seus impactes no crescimento e desenvolvimento económico (quadro 10), trata-se de um tema pouco estudado, não tendo ainda sido desenvolvido um modelo de quantificação dos impactes económicos que evidenciem de forma objetiva os benefícios deste segmento turístico em diversos indicadores como a balança de pagamentos (aumento das exportações), o aumento da produção e das receitas do Estado ou o aumento dos rendimentos. Por conseguinte,

sugere-se a partir dos trabalhos publicados e analisados a necessidade de se proceder à realização de mais estudos quantitativos e comparativos.

Uma vez que não existem muitos dados quantitativos recolhidos e analisados por organismos estatísticos oficiais sobre o turismo *backpacker*, é pertinente a realização de mais investigações que quantifiquem o seu impacte económico tanto nos países desenvolvidos como nos países em desenvolvimento. O turismo *backpacker* também deve ser encarado pelas autoridades de países onde o setor do turismo já se encontra bem consolidado e desenvolvido, como mais uma forma de diversificar a oferta, apostando, por exemplo, na sua promoção em regiões mais periféricas que habitualmente se encontram à margem dos principais fluxos turísticos. Ficou também evidente a necessidade de conhecer melhor os efeitos multiplicadores do impacte económico do turismo *backpacker* (Hampton, 1998); avaliar e quantificar os seus efeitos indiretos e induzidos e diversificar as áreas geográficas dos estudos empíricos para outras regiões do mundo, nomeadamente, a Europa, América do sul e continente africano.

3.8. Impacte ambiental e sustentabilidade do turismo *backpacker*¹²

As atividades humanas ao alterarem o equilíbrio natural dos lugares onde se desenrolam, afetam direta ou indiretamente, favorável ou desfavoravelmente, a qualidade dos seus recursos ambientais e o bem-estar das populações locais, ou seja, têm um impacte sobre o ambiente. A atividade turística não é exceção.

Apesar da crescente importância, o turismo *backpacker* não tem sido objeto de estudo em investigações ligadas ao turismo sustentável (laquinto, 2015) pelo que se considerou pertinente realizar uma análise sistemática da literatura sobre o tópico “impacte ambiental e sustentabilidade do turismo *backpacker*”. Esta análise, permitiu verificar que alguns estudos têm-se focado exclusivamente no encorajamento de comportamentos e práticas mais amigas do ambiente (laquinto, 2015; Mohsin & Ryan, 2003; Moscardo *et al.*, 2013; Ooi & Laing, 2010; Rodrigues & Prideaux, 2012; Westerhausen & Macbeth, 2003). No entanto, Pearce (2008) sugere que os *backpackers*, enquanto consumidores globais, podem ser encarados como um grupo de referência que reflete um conjunto de atitudes em prol da sustentabilidade. Paradoxalmente, alguns investigadores têm descrito os *backpackers* como ambientalmente insensíveis (Scheyvens, 2002; Wu *et al.*,

¹² Parte da investigação realizada para este subcapítulo/secção permitiu a sua publicação ao longo do Programa Doutoral em Turismo, em: Martins & Costa (2016). *Environmental impact and sustainability of backpacker tourism: a critical review of the literature and directions for future researches*, Proceedings of the International Conference on Global Tourism and Sustainability, Lagos, pp.277-293.

2016) alertando para os seus comportamentos irresponsáveis que resultam na destruição de vegetação natural, na degradação do solo, poluição e perturbação da vida selvagem (Wu *et al.*, 2016). Numa investigação realizada numa ilha brasileira frequentada por muitos *backpackers*, Wunder (2000) refere que os principais impactes ambientais observados são idênticos aos de outras regiões turísticas, salientando a produção de lixo, a insuficiência ou inexistência de saneamento básico e água potável, a erosão provocada pelos trilhos, entre outros, destacando os barcos utilizados pelos turistas mais ricos como tendo um maior impacte ambiental devido à poluição da água.

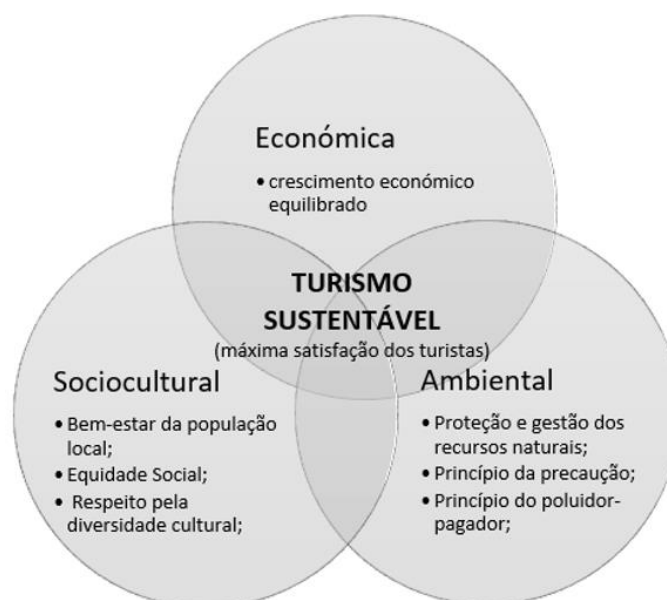
Estas contradições poderão resultar da diversidade e heterogeneidade dos *backpackers*. Se os *flashpackers* começam a evidenciar alguns comportamentos idênticos aos dos turistas institucionalizados (Butler & Hannam, 2014; Hannam & Diekmann, 2010b; Paris, 2012), outros, como os *volunteer backpackers* têm um grande potencial para a realização de viagens mais sustentáveis e ambientalmente responsáveis (Moscardo *et al.*, 2013; Murphy & Brymer, 2010; Ooi & Laing, 2010). Por conseguinte, conhecer em profundidade as motivações e os seus comportamentos poderá contribuir para a mitigação do seu impacte ambiental.

A atividade turística tem contribuído para a criação de riqueza e emprego um pouco por todo o mundo sendo referenciada pela UNWTO (2015) como dando um importante contributo a todos os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), nomeadamente o crescimento económico sustentável e inclusivo, produção e consumo sustentável e o uso sustentável dos oceanos e recursos marinhos, no entanto, apesar dos benefícios económicos, também tem contribuído para a degradação ambiental (Davenport & Davenport, 2006; Sun & Walsh, 1998; Turton, 2005) e tem tido impactes socioculturais negativos em muitas comunidades (Green, 2005; Scheyvens, 2002) que resultam por vezes em conflitos (Moscardo *et al.*, 2013; Wilson, 1997 citado por Scheyvens, 2002). Estes efeitos colaterais têm levado ao aumento das preocupações com a conservação e preservação ambiental dos recursos, com o bem-estar das comunidades bem como a sua viabilidade económica a longo prazo (Akis, Peristianis, & Warner, 1996; Cater, 1993; Haralambopoulos & Pizam, 1996).

No que respeita à atividade turística, o seu impacte ambiental depende do nível, tipo, frequência e duração das mais diversas atividades (Liddle, 1997; Newsome *et al.*, 2002 citados por Turton, 2005) e por vezes, os danos causados são de tal ordem, que autores como Butler (1980), Prosser (1994), Ceballos-Lascurain (1996) e Glasson *et al.* (1995) citados por Mbaiwa (2003, p.460) afirmam que o turismo “contém as sementes da sua

própria destruição”, salientando mesmo que “o turismo pode matar o turismo” (Idem, *ibidem*).

Evitar esta situação implica percorrer o trilho do desenvolvimento sustentável que teve a primeira abordagem no relatório ‘Os limites do crescimento’, publicado em 1972 pelo ‘Clube de Roma’, onde consta um conjunto de previsões bastante pessimistas sobre temas tão diversos como a energia e escassez de combustíveis fósseis, a saúde, poluição, crescimento demográfico, entre outros. Em 1981, O *Worldwatch Institute*, fundado em 1972 por Lester Brown, começou a publicar anualmente um relatório sobre o estado do mundo, onde foi fornecida a primeira definição de sustentabilidade. O conceito de Desenvolvimento Sustentável aparece apenas em 1987, no relatório “*World Commission on Environment and Development, Our Common Future*”, mais conhecido por relatório *Brundtland* e que compreende a “satisfação das necessidades das atuais gerações sem comprometer a capacidade das gerações futuras satisfazerem as suas próprias necessidades” (ONU, 1987, p.24), refletindo a convergência entre os problemas de natureza científica, económica e ambiental (Wood, 1993 citado por Hardy & Beeton, 2001), surgindo também como alternativa, segundo Choi & Sirakaya (2006), ao tradicional modelo neoclássico de desenvolvimento económico. Desde então, este conceito tem vindo a ser amplamente utilizado por inúmeros cientistas das mais diversas áreas do conhecimento como o comprovam os mais de 115 mil documentos existentes na base de dados *Scopus* com referência ao mesmo.



Fonte: Adaptado de Choi & Sirakaya, 2006; Jerez, 2014; ONU, 1987.

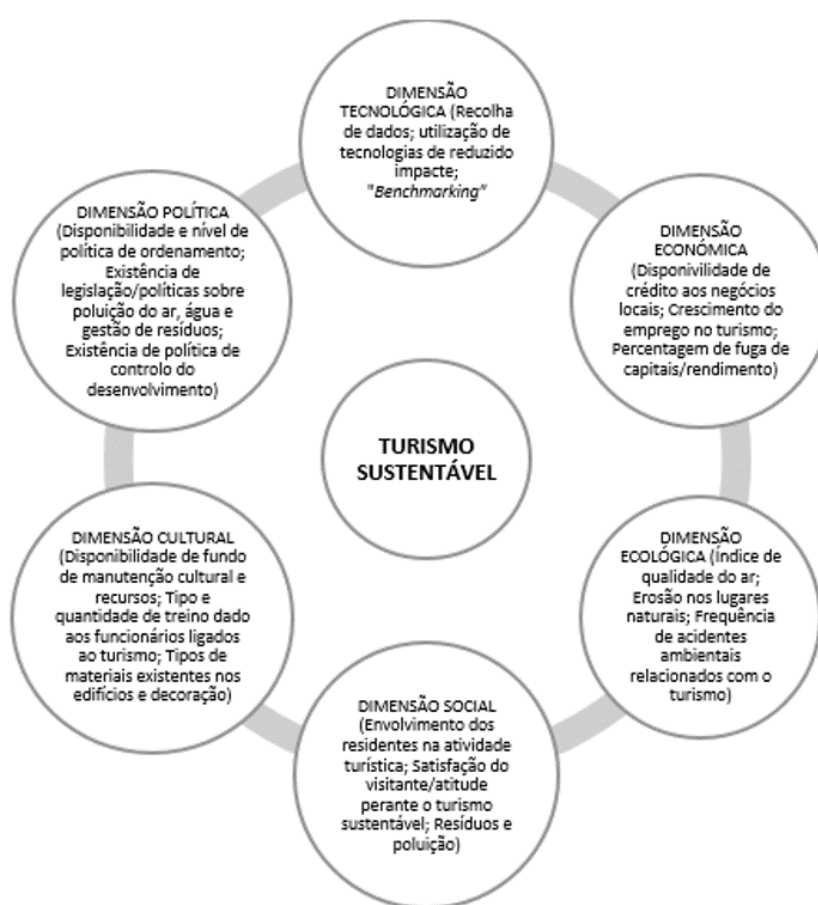
Figura 9. Relação entre as dimensões do “Desenvolvimento Sustentável” e o “Turismo Sustentável”.

Do relatório *Brundtland* emanam duas ideias-chave: 1) o conceito de necessidades e bem-estar, sobretudo dos mais pobres e 2) a ideia de limites impostos pelo desenvolvimento tecnológico e da organização social sobre a capacidade do meio ambiente em satisfazer as necessidades presentes e futuras (ONU, 1987). É nesta linha de pensamento que surge o conceito de “turismo sustentável”, baseado não só na sustentabilidade ambiental mas também na equidade social e na eficiência económica, fazendo com que os benefícios gerados com esta atividade económica revertam diretamente para a comunidade do destino. Segundo Jerez (2014), turismo sustentável é uma forma de turismo que atende às necessidades atuais dos turistas, das comunidades anfitriãs e dos prestadores de serviços, protegendo e fortalecendo oportunidades para o futuro (figura 9).

O ecoturismo, caracterizando-se por ser praticado em áreas naturais e operado por pequenas empresas de propriedade local; por ter um reduzido impacto negativo sobre o meio ambiente; por contribuir para a proteção de áreas naturais; por gerar benefícios económicos para as comunidades ou organizações de conservação que oferecem emprego e rendimentos alternativos para as comunidades locais e por aumentar a consciencialização sobre a conservação dos recursos naturais e culturais dos lugares onde é praticado (UNWTO, 2002) enquadra-se perfeitamente dentro do conceito de turismo sustentável.

Sendo o turismo uma atividade económica, Choi & Sirakaya (2006) salientam a necessidade do turismo sustentável ser também 1) economicamente viável, pelo que a sustentabilidade económica implica a otimização da taxa de crescimento tendo em conta os limites ambientais do destino e a distribuição dos benefícios económicos pelas comunidades; 2) ambientalmente sustentável, reconhecendo que os recursos naturais da comunidade são recursos finitos, devendo ser protegidos pelo seu próprio valor intrínseco e como um recurso para as gerações presentes e futuras; A sustentabilidade sociocultural implica o respeito pela identidade e cultura das comunidades e um reforço da coesão social. Por conseguinte, o turismo sustentável deve ter como objetivo melhorar a qualidade de vida da população residente, otimizar os benefícios económicos locais, proteger a natureza e fornecer uma experiência de elevada qualidade aos visitantes, tal como descrito por Bramwell & Lane (1993). Esta definição remete-nos para o conceito de ‘comunidade turística sustentável’, sistematizada na figura 10, referida por Choi & Sirakaya (2006) como fornecedora de uma ligação económica a longo prazo entre as comunidades de destino e a indústria turística, minimizando os efeitos negativos do turismo no ambiente e melhorando o bem-estar sociocultural da população local.

Apesar do turismo sustentável já ter sido objeto de estudo por vários investigadores não só em relação aos potenciais impactos das alterações climáticas na atividade turística (Weaver, 2011) como também em relação aos impactos do turismo nas alterações climáticas, a indústria do turismo e os cientistas têm feito poucas recomendações práticas como promover e fortalecer o turismo ambientalmente sustentável (Dolnicar, Laesser, & Matus, 2010). Com o intuito de desenvolver um conjunto de indicadores de sustentabilidade para serem utilizados na gestão e desenvolvimento do turismo ao nível das comunidades, Choi & Sirakaya (2006) propuseram a utilização de vários indicadores mensuráveis, incluídos em seis dimensões distintas: económica, social, cultural, ecológica, política e tecnológica.



Fonte: Choi & Sirakaya (2006).

Figura 10. Indicadores de sustentabilidade na gestão e desenvolvimento do turismo ao nível das comunidades

Os investigadores têm tentado explicar e prever os impactos do turismo através de modelos de desenvolvimento do turismo e teorias associadas às motivações dos visitantes (Clifton & Benson, 2006). Em relação ao turismo *backpacker* a literatura existente tem evidenciado e associado um conjunto de motivações que reflete a

heterogeneidade e complexidade deste segmento como observado numa secção anterior deste capítulo. Algumas destas motivações, detalhadas no quadro 8, estão diretamente relacionadas com a prática de um turismo mais sustentável, como por exemplo, o interesse por paisagens naturais, o conhecimento cultural e o recurso a viagens económicas que implica muitas vezes a escolha de meios de transporte mais eficientes energeticamente e a estadas em alojamentos de menor dimensão, como os *hostels*, onde o consumo energético por hóspede é mais reduzido como consequência do número mais elevado de pessoas por quarto. Mas como vimos anteriormente, o turismo sustentável não está apenas dependente da sua dimensão ecológica, implicando necessariamente a garantia de qualidade de vida da população residente, crescimento económico equilibrado e o fornecimento de serviços que garantam uma experiência de elevada qualidade aos visitantes.

Sendo o impacte ambiental do turismo *backpacker* o eixo estruturante deste subcapítulo, procura-se preferencialmente destacar a dimensão ecológica deste segmento turístico, procurando evidências sobre as alterações que favorável ou desfavoravelmente afetam o equilíbrio natural e a qualidade dos recursos ambientais dos destinos.

A atividade turística, ao implicar a deslocação e permanência de visitantes em outros lugares fora do seu lugar habitual de residência implica necessariamente o consumo e/ou destruição de recursos naturais alocados aos transportes, alojamento, alimentação, entre outros. Os *backpackers* também são turistas e nessa condição têm um impacto sobre o ambiente. Apesar de alguns autores revelarem que os *backpackers* têm um potencial para a prática de um turismo mais sustentável (Iaquinto, 2015) também é verdade que nem todos os *backpackers* têm preocupações ambientais e como Richards & Wilson (2004) referem, os problemas poderão aumentar à medida que o turismo *backpacker* alcança lugares ambientalmente mais frágeis.

Ao estudar os impactes ambientais dos *backpackers* em duas comunidades do Laos, Jerez (2014) observou em *Vang Vieng* uma constante superação da capacidade de carga turística, ou seja, do número máximo de visitantes que um destino turístico pode ter, colocando em perigo os seus recursos naturais, referindo que a poluição da água dos rios por efluentes domésticos que colocam em causa o sustento de muitas famílias que vivem da pesca, a poluição do ar e poluição sonora causada pelos veículos turísticos e o desordenamento e descaracterização da malha urbana são os principais impactes ambientais negativos. Defende ainda a ideia que quando a capacidade de carga é ultrapassada, o turismo *backpacker* nem sempre é fonte de desenvolvimento local e, conseqüentemente, de desenvolvimento sustentável (Jerez, 2014). A literatura

também tem vindo a descrever alguns turistas mais jovens como uma ameaça aos costumes e tradições autóctones, abusando da hospitalidade e introduzindo influências e comportamentos ligados à experimentação de drogas e sexo (Maoz, 2006; Paris *et al.*, 2014).

Quadro 11. Referências a impactes ambientais positivos dos turistas *backpacker*

Impactes ambientais positivos observados	Autores	Área de estudo
Pegada ambiental mais reduzida devido ao menor consumo de recursos.	Scheyvens (2002); Ooi & Laing (2010);	Melbourne (Austrália)
Ajudam a restaurar e proteger os ambientes naturais e a vida selvagem através de esforços de conservação	Ooi & Laing (2010) Moscardo <i>et al.</i> , (2013)	Melbourne (Austrália) North Eastern region (Austrália)
Adotam práticas que minimizam o consumo de recursos e o desperdício (como duchas de água fria)	Scheyvens (2002); laquinto (2015)	Melbourne, Alice Springs, and the Fraser Coast (Austrália)
Maior probabilidade de adotar práticas ambientalmente mais sustentáveis (mesmo entre aqueles que habitualmente não se preocupam com as questões ambientais)	laquinto (2015)	Melbourne, Alice Springs, and the Fraser Coast (Austrália)
Preferência em viajar em grupo, utilizando transportes terrestres	laquinto (2015)	Melbourne, Alice Springs, and the Fraser Coast (Austrália)
Uso de transportes públicos e utilização de boleias	laquinto (2015)	Melbourne, Alice Springs, and the Fraser Coast (Austrália)
Compram mais por necessidade do que lazer	laquinto (2015)	Melbourne, Alice Springs, and the Fraser Coast (Austrália)
Os alojamentos destinados a <i>backpackers</i> consomem consideravelmente menos energia por ano e por hóspede	laquinto (2015); Becken <i>et al.</i> (2001)	Melbourne, Alice Springs, and the Fraser Coast (Austrália) West Coast of the South Island (Nova Zelândia)
Alguns <i>hostels</i> colocam habitualmente à disposição dos <i>backpackers</i> : <ul style="list-style-type: none"> • máquinas de lavar roupa sem a opção de água quente; • iluminação e ar condicionado com temporizadores; • prateleiras com restos de alimentos que são partilhados; • dormitórios onde há um reduzido consumo de energia por hóspede; • cozinham em grupo; • Toleram facilmente a utilização de lençóis, almofadas e outros utensílios velhos e desgastados prolongando a sua utilização, reduzindo o consumo de novos recursos e o desperdício. 	laquinto (2015)	Melbourne, Alice Springs, and the Fraser Coast (Austrália)
As atitudes e comportamentos dos turistas <i>backpacker</i> são caracterizadas como sendo delicadas com o ambiente e com interesse em conhecer e aprender com a população local	Rodrigues & Prideaux (2012)	Amazónia (Brasil)
O turismo <i>backpacker</i> pode ser uma alternativa em prol da conservação da floresta tropical e dos seus habitantes.	Rodrigues & Prideaux (2012)	Amazónia (Brasil)
Os <i>backpackers</i> preocupam-se e respeitam a cultura local e o ambiente	Luo <i>et al.</i> (2015); Rodrigues & Prideaux (2012)	Lijiang (China) Amazónia (Brasil)

Fonte: Martins & Costa (2016)

É no alinhamento dos conceitos de ‘desenvolvimento sustentável’ e ‘turismo sustentável’ onde são analisadas diferentes dimensões ligadas à sustentabilidade (ambiental, sociocultural e económica) que surgem alguns dos trabalhos mais recentes sobre *backpackers* (Becken & Simmons, 2008; laquinto, 2015; Moscardo *et al.*, 2013; Ooi & Laing, 2010). Nenhum dos artigos considerados mais relevantes, devolvidos pela base

de dados *Scopus*, é dedicado exclusivamente à avaliação do impacte ambiental do turismo *backpacker* e apenas oito evidenciam alguns impactes ambientais, tanto positivos como negativos (Becken *et al.*, 2001; Becken & Simmons, 2008; Daldeniz & Hampton, 2013; Iaquito, 2015; Moscardo i, 2013; Ooi & Laing, 2010; Rodrigues & Prideaux, 2012; Wu *et al.*, 2016) como se pode observar nos quadros 11 e 12.

Com uma vertente mais económica, alguns dos estudos publicados sobre turismo *backpacker* sugerem que por permanecerem por períodos mais longos num destino, os *backpackers* gastam mais do que os restantes turistas e têm mais contacto com os locais, adquirindo-lhes mais serviços, contribuindo para um maior impacto na economia local (Becken & Simmons, 2008; Hampton, 1998; Iaquito, 2015; Moscardo *et al.*, 2013; Scheyvens, 2002; Wunder, 2000). Becken & Simmons (2008) analisaram, além do seu impacto no ambiente, o contributo económico e os seus custos para o setor público, tendo concluído que os *backpackers* e os campistas têm uma grande relevância económica por gastarem mais e por se dispersarem por uma maior área, embora frequentem um grande número de atrações públicas representando por isso, maiores custos para o Estado. Moscardo *et al.* (2013) ao descreverem também os impactes positivos e negativos dos turistas em três destinos australianos reconhecem que os *backpackers* constituem uma importante força de trabalho temporária crucial na agricultura, sobretudo durante as colheitas. Uma vez que um grande número de *backpackers* é “*holiday-maker*” (Ho *et al.*, 2012) a estada prolongada destes turistas torna-os também importantes financiadores da economia local, ideia defendida recentemente por Iaquito (2015) que conclui que quando os *backpackers* exercem uma atividade laboral no destino, a sustentabilidade económica, social e ambiental sai mutuamente reforçada. Uma outra forma dos *backpackers* contribuirão positivamente para a sustentabilidade dos destinos é a criação e desenvolvimento do turismo voluntário. O potencial alinhamento entre estes dois segmentos de mercado, que partilham motivações, foi explorado por Ooi & Laing (2010) sugerindo a criação de atividades destinadas especificamente a este segmento.

Destaca-se também um conjunto de investigações relativas ao impacte ambiental dos transportes e alojamentos na atividade turística em que são comparados os consumos de energia e correspondentes emissões de dióxido de carbono (CO₂) entre diferentes tipos de turistas (Becken & Simmons, 2008; Becken *et al.*, 2001; Becken & Patterson, 2006). A partir das emissões de dióxido de carbono (CO₂) dos transportes utilizados e o total das distâncias percorridas por vários segmentos de turistas, Becken & Simmons (2008) concluíram que os turistas que viajam de autocarro produzem grandes

quantidades de CO₂ devido às viagens aéreas até à Nova Zelândia e apesar de serem os turistas que mais gastam por dia, concentram-se num reduzido número de destinos, enquanto os *backpackers* e campistas/caravanistas são responsáveis por gerarem grandes rendimentos e se dispersarem por uma maior área, frequentando por isso, um maior número de atrações públicas com custos maiores para as entidades governativas.

Quadro 12. Referências a impactes ambientais negativos dos turistas *backpacker*

Impactes ambientais negativos observados	Autores	Área de estudo
Destruição de corais	Hamzah & Hampton (2013)	Perhentian islands (Malásia)
Multidão e congestionamento	Moscardo <i>et al.</i> , (2013); Wunder (2000)	North Eastern region of Australia; Ilha Grande, Rio de Janeiro (Brasil)
Deterioração ambiental	Moscardo <i>et al.</i> , (2013);	North Eastern region of Australia
São responsáveis por elevadas emissões de CO ₂ (249Kg) devido às grandes distâncias percorridas.	Becken & Simmons (2008)	Nova Zelândia
Os <i>flashpackers</i> têm menos propensão à utilização de transportes públicos	Butler & Hannam (2014)	Noruega
A maioria tem consciência da proteção ambiental mas tem uma capacidade limitada de adotar comportamentos ambientalmente responsáveis	Wu <i>et al.</i> , (2016)	Taibaishan National Nature Reserve in the Qinling Mountains, Shaanxi Province (China)
Montagem de tendas, abandono de lixo, barulho e criação de trilhos contribuem para a degradação dos ecossistemas	Wu <i>et al.</i> , (2016)	Taibaishan National Nature Reserve in the Qinling Mountains, Shaanxi Province (China)
Perturbação do habitat de animais selvagens raros como por exemplo o panda gigante	Wu <i>et al.</i> , (2016)	Taibaishan National Nature Reserve in the Qinling Mountains, Shaanxi Province (China)

Fonte: Martins & Costa (2016)

Devido à sua maior dispersão e número de atrações visitadas, os campistas e os *backpackers* são responsáveis pelas maiores emissões de CO₂ na Nova Zelândia com 267Kg e 259Kg de CO₂ respetivamente. Sendo assim, tendo em conta as mais-valias financeiras e ambientais dos segmentos de turistas estudados, é difícil identificar o tipo de turista “ótimo” (Becken & Simmons, 2008). Dolnicar *et al.* (2010), num estudo realizado na Nova Zelândia, concluem que melhorar a rede de transportes públicos e encorajar a sua utilização, ajuda os turistas a escolherem modos de viajar mais eficientes em relação ao consumo de energia, além de que a escolha de meios de transporte mais amigos do ambiente está intimamente ligada com pretensões de viajar por distâncias mais curtas (Dolnicar *et al.*, 2010). Citando Becken’s (2002a), os mesmos autores (2010) referem que as intensidades mais baixas por passageiro e por quilómetro foram encontradas em motos e autocarros utilizados por *backpackers*. Note-se que o cálculo da intensidade está fortemente dependente da ocupação do veículo, pelo que um autocarro totalmente preenchido por *backpackers* é o mais eficiente e, portanto, mais sustentável. Os *ferries*, os voos domésticos e a utilização do automóvel foram, sem surpresa, considerados os modos mais prejudiciais ao ambiente.

A mobilidade para os *backpackers* é fundamental, e tendo em conta a grande disponibilidade de tempo e o baixo orçamento diário, os *backpackers* utilizam com muita frequência os transportes públicos, no entanto, o subsegmento constituído por *flashpackers*, por terem maior disponibilidade económica têm também tendência a alugar automóvel para viajar no destino (Butler & Hannam, 2014), pelo que estes autores (2014), sugerem que este facto, tal como já acontece com a utilização de um conjunto de tecnologias, deverá também ser utilizadas para diferenciar este subsegmento de *backpackers*. Por conseguinte, os *flashpackers* poderão ser vistos como tendo um maior impacte ambiental.

Numa outra investigação, Becken, Simmons, & Frampton (2003) ao analisarem as opções dos turistas internacionais de visita à Nova Zelândia, agregaram-nos em sete *clusters* tendo em conta os seus padrões de viagem e o seu consumo diário e total de energia. Concluíram que os turistas que viajam de autocarro, por fazerem percursos diários longos, por ficarem hospedados em hotéis e devido à sua participação em determinadas atividades, consomem mais energia por dia em relação, por exemplo aos *backpackers*, descritos como turistas com baixos consumos energéticos diários não só por escolherem alojamentos mais económicos como os *hostels* mas também como consequência das distâncias diárias percorridas serem mais curtas, como confirmado por Dolnicar *et al.* (2010), em que a escolha de meios de transporte mais amigos do ambiente está intimamente ligada com pretensões de viajar por distâncias mais curtas.

No entanto, se se tiver em conta o consumo total de energia, os *backpackers* ganham relevo devido à sua estada mais longa, gastando por isso mais energia no total que os turistas que fazem excursões de autocarro. Ao estudarem as diferenças do consumo de energia entre vários tipos de alojamento (*hotel*, *bed and breakfast*, *motel*, *backpacker* (*hostel*), Becken *et al.* (2001) calcularam o total de energia consumida e o total de energia consumida por visitante, por noite, na Nova Zelândia. Concluíram que os hotéis são os maiores consumidores de energia (no total e por hóspede) com 67% do total de energia consumido pelo setor dos alojamentos contra os 6% correspondente aos alojamentos destinados a *backpackers*. Segundo Becken & Patterson (2006) os hotéis são responsáveis pela emissão de 7895 gramas de CO₂/visitante/noite enquanto os *hostels*, maioritariamente frequentados por *backpackers* são responsáveis pela emissão de 1619 gramas de CO₂/visitante/noite. Jerez (2014) acrescenta ainda que por vezes, a procura por alojamentos económicos leva à escolha de quartos sem ar condicionado e água quente o que traduz um menor impacto ao nível ambiental.

De acordo com East (1994) citado por Firth & Hing (1999) os hotéis australianos de maior dimensão tendem a implementar mais práticas amigas do ambiente que os alojamentos de menor dimensão. Se no estudo de Firth & Hing (1999) apenas 3% dos *backpackers* inquiridos referiram que a existência de práticas amigas do ambiente era um fator importante quando escolhiam um *hostel*, os mesmos autores (1999) concluíram que um número significativo de *backpackers* escolheria um *hostel* “amigo do ambiente” em detrimento de outros, se essa característica fosse devidamente identificada e publicitada pelos *hostels*. Esta situação foi analisada por Bell (2008) que estudou a relação entre as práticas ecológicas de *hostels* da Nova Zelândia e a publicidade que estes fazem em relação às mesmas, verificando um desfasamento entre o que é publicitado e a realidade. Apenas dois *hostels* demonstraram estar em consonância com o publicitado, no que respeita à oferta e prestação de um conjunto de serviços mais ecológicos, pelo que muitos alojamentos utilizam as expressões “amigos do ambiente” e “verde” para atrair mais clientes (Bell, 2008).

Moscardo *et al.* (2013) analisaram os impactes positivos e negativos de diferentes tipos de turistas em três destinos australianos demonstrando a existência de uma ligação consistente entre as variáveis de movimento e os impactos do turismo. Tendo em conta a comparação entre diferentes tipos de turistas através de um conjunto de indicadores relacionados com o capital financeiro, capital natural, capital construído, capital social, capital cultural, capital humano e capital político, os autores concluíram que os turistas convencionais são os que apresentam o maior impacto negativo no destino ao nível ambiental, social, humano e político, contribuindo para o aumento da poluição, congestionamento e destruição ambiental dos lugares. Os *backpackers*, em particular, os *Green Nomad* são os que apresentam um menor impacte ambiental sendo mesmo descritos como dando mais apoio e recursos em prol da conservação ambiental, trabalhando em projetos de natureza ambiental, em serviços ligados à comunidade e em vários outros eventos, muitas vezes como voluntários.

Com o intuito de avaliar o interesse dos turistas *backpacker* no turismo voluntário, Ooi & Laing (2010) basearam-se nas motivações partilhadas entre turistas voluntários e *backpackers*, concluindo que o turismo solidário/voluntário é social, económico e ambientalmente mais sustentável. Os autores (2010) exploraram o potencial existente no alinhamento entre estes dois segmentos de mercado e verificaram a existência de semelhanças nas motivações entre os dois grupos, sugerindo um conjunto de atividades e produtos turísticos. A contribuição do turismo voluntário para a prática de um turismo sustentável é reforçada por Murphy & Brymer (2010). Embora assumindo que nem todos os *backpackers* estão interessados em contribuir para viagens mais sustentáveis, já que

as motivações relativas ao voluntariado ou causas ambientais são as terceiras e quartas motivações mais importantes, os mesmos autores (2010) salientam no seu estudo empírico o grande potencial evidenciado pelos *backpackers* na escolha de *hostels* e meios de transporte mais amigos do ambiente. Providenciando a oferta de um conjunto de experiências significativas e de qualidade no âmbito do turismo voluntário, que contribuam de forma significativa para o crescimento e desenvolvimento pessoal dos *backpackers*, o turismo sustentável sairá reforçado (Murphy & Brymer, 2010).

As rotinas diárias dos *backpackers* foram analisadas por Iaquinto (2015) com o intuito de avaliar a sustentabilidade dos *backpackers* ao nível ambiental, económico e social. A sustentabilidade ambiental é evidenciada através dos hábitos de consumo reduzido e da reduzida produção de resíduos, ao nível económico é evidenciada através do trabalho temporário no destino e no gasto de uma maior quantidade de dinheiro numa área mais vasta em relação aos restantes turistas e a sustentabilidade social é evidenciada através da demonstração de respeito pelas diferenças culturais e da participação/ligação às comunidades locais. O autor conclui ainda que quando os *backpackers* exercem uma atividade laboral no destino, a sustentabilidade das três dimensões analisadas, sai mutuamente reforçada. Por conseguinte, verifica-se que a sustentabilidade dos turistas *backpackers* está intrinsecamente ligada ao seu baixo orçamento diário e ao facto de procurarem trabalho, não sendo por isso, uma escolha intencional decorrente de uma preocupação com as questões ambientais (Iaquinto, 2015).

Wunder (2000) ao investigar os determinantes históricos responsáveis pela mudança da cobertura florestal na ilha Grande, Rio de Janeiro (Brasil), relaciona-os com o aumento da atividade turística. Os principais impactes ambientais observados são idênticos aos de outras regiões turísticas: produção de lixo, insuficiência ou não existência de saneamento básico e água potável, elevado número de infraestruturas, erosão provocada pelos trilhos, poluição da água da baía com óleo dos motores dos barcos, caça submarina, jet ski e perturbação do habitat dos golfinhos. O autor apresenta soluções para todos estes problemas, referindo que os impactes ambientais não serão solucionados com a limitação do acesso dos *backpackers*, salientando que a capacidade de carga calculada por estudos locais sobre o impacto do turismo não é a forma mais adequada para resolver os problemas.

Wunder (2000) defende que os impactes ambientais não são ainda verdadeiramente conhecidos e quantificados e que são provavelmente maiores no meio aquático do que no ambiente terrestre. Há ainda mais problemas com os turistas de luxo que usam

predominantemente os seus barcos, do que com os *backpackers* que acampam na ilha em estudo. A relevância económica foi também analisada. Apesar da despesa diária dos *backpackers* ser reduzida, têm um impacto positivo na criação de riqueza nas comunidades locais e, por conseguinte, um grande potencial na redução da pobreza, em linha com a prática do turismo sustentável. Também em território brasileiro, Rodrigues & Prideaux (2012) discutem o estado de desenvolvimento do turismo *backpacker* na Amazónia, revelando as dificuldades encontradas na exploração deste segmento de mercado: falta de apoio governamental, dificuldades nas acessibilidades da região, custos elevados, atrações e ambiente natural. Além da relevância económica decorrente do desenvolvimento do turismo *backpacker* numa região economicamente pouco desenvolvida, o turismo *backpacker* representa uma nova direção para o turismo na região da Amazónia brasileira porque tem o potencial para contribuir para uma proteção ambiental responsável e para o desenvolvimento económico e social das comunidades locais. Os autores salientam que pode ser uma alternativa para a conservação da floresta equatorial e dos seus habitantes.

Apesar de não haver muita investigação sobre a prática de *backpacking* em áreas protegidas, Wu *et al.* (2016) analisaram recentemente os desafios existentes na gestão de uma área protegida chinesa, decorrente da visita de turistas, nomeadamente, *backpackers*. Foi observado que os *backpackers* chineses circulam sem autorização por áreas protegidas, por vezes, reservas naturais muito sensíveis, provocando a destruição de vegetação, degradação do solo, poluição e perturbação da vida selvagem. Muitos viajantes têm poucos conhecimentos sobre o seu impacto ambiental e manifestam atitudes negativas perante a restrição da prática de algumas atividades. Os autores contribuem para a elaboração de um plano de gestão estratégico para melhorar a acessibilidade e a gestão das atividades praticadas nas áreas protegidas de montanha.

Daldeniz & Hampton (2013) analisam as consequências económicas, ambientais e sociais do turismo de mergulho em países em desenvolvimento e se as comunidades anfitriãs beneficiam da sua existência, referindo um conjunto de impactos positivos e negativos. No entanto, referem-se mais à sua relevância económica e social do que aos impactos ambientais. Apenas é referido o aumento da poluição e o grande aumento na construção de infraestruturas como principais impactos negativos. Se as formas de turismo alternativas originam um maior envolvimento e trazem mais benefícios às comunidades locais dos países menos desenvolvidos, os autores concluíram que poucos profissionais de mergulho contratam locais, apesar de viverem nas proximidades. Tratando-se de uma atividade que exige qualificação, treino e experiência, a população local sente os impactos mas não tem influência e não é

envolvida nos projetos turísticos pelo que poucos abriram negócios e poucos conseguiram emprego (sobretudo pouco qualificado) devido a restrições financeiras ou a dificuldades com a língua inglesa. Segundo Daldeniz & Hampton (2013), o impacto do turismo ligado ao mergulho é idêntico a outras formas de turismo: construção não controlada de *resorts* turísticos, degradação ambiental devido ao aumento da produção de lixo e águas residuais, a deslocalização de áreas residenciais, entre outros. Verificaram ainda que o desenvolvimento turístico das ilhas *Perhentian Kecil* (Malásia) passou por várias mudanças, desde a oferta de um turismo *backpacker* de pequena escala até à atual situação centrada no turismo em massa, com impactos negativos no frágil ambiente das ilhas, salientando a destruição dos corais. Segundo os mesmos autores (2013), a satisfação das necessidades básicas dos *backpackers* tem impactos ambientais reduzidos quando comparado com o turismo em massa como também evidenciam os trabalhos de Cilimburg, Monz, & Kehoe (2000), Firth & Hing (1999), Moscardo *et al.* (2013) ou Rodrigues & Prideaux (2012).

Ao estudarem a perceção dos anfitriões sobre os turistas *backpackers* e o efeito que o contacto entre ambos tem nessa mesma perceção, Luo, Brown, & Huang (2015) concluíram que a compreensão dos anfitriões sai reforçada. Os *backpackers* são vistos e percebidos como tendo comportamentos responsáveis, pelo que o turismo *backpacker* pode ser incentivado a ajudar a criar atitudes favoráveis por parte da comunidade em relação ao desenvolvimento do turismo em geral. A maioria dos residentes entrevistados descreve os *backpackers* como viajantes independentes e aventureiros que viajam com orçamento reduzido, procurando autenticidade. A população local também considera que os *backpackers* se preocupam e respeitam a cultura local e o ambiente. Conclusão idêntica tiveram Westerhausen & Macbeth (2003) ao descreverem a evolução do turismo *backpacker* em *Byron Bay*, Austrália. Salientando a resistência da comunidade local à pressão do turismo em massa, para estes autores, as comunidades têm direitos em relação ao desenvolvimento do turismo e os *backpackers* podem ser aliados naturais e uma alternativa de mercado e de desenvolvimento estratégico a longo prazo para as comunidades preocupadas com a sustentabilidade e controlo local.

Nos Estados Unidos da América (EUA) o termo *backpacker* é frequentemente utilizado num sentido mais restrito, para fazer referência a turistas que procuram espaços naturais ou áreas protegidas para realizar um conjunto de atividades como escalada, montanhismo, caminhada, entre outros (Pearce, 2008). A avaliação do seu impacto tem sido realizada sob diferentes perspetivas. Cilimburg, Monz, & Kehoe (2000) avaliaram o impacto de viajantes (*backpackers*, esquiadores e montanhistas) em lugares onde não existem casas de banho procedendo a uma revisão do estado do conhecimento dos

patogénicos e contaminação da água com dejetos humanos em áreas rurais dos EUA. Como a água consumida pelos viajantes é frequentemente tratada, não existe um grande impacto na saúde pública. Na mesma linha de investigação, Clow *et al.* (2013) avaliaram a influência dos animais de carga e dos *backpackers* na qualidade da água dos lagos e cursos de água, concluindo que a influência dos visitantes na qualidade da água, apesar de estatisticamente significativa, é reduzida, pelo que a qualidade da água é em geral boa, exceto quando ocorrem tempestades.

A revisão sistemática da literatura publicada em artigos científicos sobre o impacto ambiental do turismo *backpacker* evidenciou a existência de algumas lacunas. Apesar da existência de uma maior pressão para considerar as questões da sustentabilidade no planeamento da atividade turística (Moscardo *et al.*, 2013), trata-se ainda de um tema pouco estudado, não tendo ainda sido desenvolvido um modelo de quantificação dos impactos ambientais deste segmento de mercado. A não existência de uma recolha rigorosa e sistemática de informação estatística sobre *backpackers* também condiciona a realização de comparações entre diversos estudos dificultando o trabalho dos investigadores na execução de análises secundárias e trabalhos de meta-análise.

Verifica-se ainda uma maior incidência das investigações sobre *backpackers* em geral e sobre o seu impacto ambiental em particular, na Austrália e Nova Zelândia, onde o mercado *backpacker* tem tido uma grande relevância económica e social (Becken & Simmons, 2008; Becken *et al.*, 2001; Iaquinto, 2015; Moscardo *et al.*, 2013; Ooi & Laing, 2010). Os estudos publicados também têm tido como objeto de estudo um reduzido número de subsegmentos de *backpackers*: *career breaker* conhecidos por *Holiday-makers* e *voluntourism*. O comportamento de alguns turistas enquadrados noutros subsegmentos de *backpackers* poderão evidenciar impactos ambientais mais próximos do turismo de massas, como consequência da sua maior e progressiva institucionalização. Faltam, no entanto, investigações que analisem esta situação. Os *flashpackers* são sintomáticos desta realidade, já que a sua maior disponibilidade financeira pode ter como consequência um maior consumo de recursos.

Ficou também evidente, a partir dos impactos ambientais dos turistas *backpackers* enumerados nos quadros 11 e 12, que além de terem menor impacto ambiental quando comparados aos turistas institucionalizados, também possuem grande potencial para a prática de um turismo mais sustentável. O estudo das motivações e comportamentos de todos os subsegmentos de *backpackers* poderão demonstrar a importância que este segmento atribui à sustentabilidade ambiental, económica e sociocultural dos territórios que visitam.

3.9. Conclusão

Como foi possível observar, o turismo jovem e o segmento *backpacker* em particular, é um fenómeno que tem vindo a registar interessantes ritmos de crescimento, não só no número de viajantes como também nas receitas geradas, despertando o interesse de vários investigadores em todo o mundo.

Neste capítulo procedeu-se a uma revisão sistemática da literatura sobre turismo *backpacker*, tendo sido apresentada uma breve descrição da sua origem e evolução histórica. Discutiu-se posteriormente a difícil concetualização e operacionalização do termo *backpacker* e dos subsegmentos identificados na literatura tendo sido adotada a definição de turista *backpacker* adotada pelo Tourism Research Australia (2009) onde o tipo de alojamento utilizado – *hostel* ou alojamento de baixo custo – é o principal critério distintivo. Procedeu-se ainda à construção de um quadro síntese com os principais critérios utilizados para distinguir os diferentes subsegmentos e/ou tipologias de *backpackers* identificados na literatura, onde se salientaram as principais características diferenciadoras dos vários subsegmentos ou tipologias de *backpackers*, dando um contributo para uma melhor operacionalização do conceito *backpacker* e dos seus subsegmentos.

A revisão da literatura permitiu também identificar as principais áreas de interesse e tópicos de análise das investigações sobre turismo *backpacker* que têm sido realizadas ao longo do tempo a nível internacional, quer pelo lado da procura (características dos turistas *backpackers*) que pelo lado da oferta (características dos destinos).

As motivações dos *backpackers* foram um importante tópico de análise que permitiu verificar a existência de uma grande diversidade de fatores impulsionadores e de atração que se justifica pelo facto do segmento *backpacker* ser igualmente heterogéneo e complexo.

No subcapítulo “Turismo *backpacker* e globalização” explora-se a relação existente entre o desenvolvimento deste segmento de mercado e o aprofundamento e intensificação do processo de globalização que tem levado alguns autores a referirem-se aos *backpackers* como “nómadas” modernos e globais. O desenvolvimento dos transportes e das tecnologias de informação e comunicação deu uma (híper)mobilidade aos *backpackers*, que se observa não só nas viagens realizadas, mas também nos frequentes contactos com amigos, familiares e outros *backpackers* com quem se estabelecem convívios ou amizades durante a viagem, população local e outros viajantes (Paris, 2010b), numa espécie de socialização itinerante que resulta do

permanente contacto com uma rede social virtual e onde a informação circula em tempo real, por todo o mundo, esbatendo as fronteiras políticas entre os lugares visitados e o lar, lugar de residência habitual (Paris, 2010b). Concluiu-se que os turistas *backpackers* são simultaneamente um agente e expressão do processo de globalização dando um importante contributo ao atual processo de integração transcultural.

No subcapítulo seguinte, analisa-se a relevância económica e social do turismo *backpacker*. Ao longo da revisão da literatura efetuada até ao momento, vários artigos científicos referem inúmeros contributos do turismo *backpacker* para o desenvolvimento e alívio da pobreza. Com o objetivo de aprofundar a sua relevância económica, procedeu-se a uma leitura de todos os artigos sobre esta temática, disponíveis na conhecida base de dados SCOPUS, fazendo uma análise às metodologias utilizadas, localização das áreas de estudo, apresentando e discutindo os principais impactes económicos e sociais do turismo *backpacker*. Esta análise permitiu concluir que apesar dos efeitos multiplicadores do seu impacte económico não terem sido ainda estudados, os contributos para o crescimento e desenvolvimento económico dos destinos são numerosos, contribuindo, entre outros, para uma entrada significativa de divisas, sobretudo em áreas mais remotas, isoladas e economicamente deprimidas e para a diminuição da fuga de capitais e aumento dos efeitos induzidos, promovendo o alívio da pobreza extrema.

No seguimento do subcapítulo anterior analisaram-se e discutiram-se também, através de uma revisão sistemática da literatura, os diversos impactes ambientais do turismo *backpacker* com foco no conceito da sustentabilidade. Esta análise permitiu identificar um conjunto de impactes ambientais positivos e um conjunto de impactes ambientais negativos associados aos *backpackers*, tendo-se concluído que além de terem menor impacte ambiental quando comparados com os turistas institucionalizados, também possuem grande potencial para a prática de um turismo mais sustentável.

Capítulo 4. Comportamento espaciotemporal dos turistas

4.1. Introdução

O turismo em espaço urbano é uma das formas de turismo mais populares, mas continua a ser um fenómeno pouco estudado (Shoval *et al.*, 2011) nomeadamente ao nível do comportamento espaciotemporal dos turistas. Apesar do aumento do interesse sobre o tema que se traduz no aumento do número de publicações nos últimos 20 anos, compreender os movimentos físicos efetuados e a sua ligação com as decisões que os turistas fazem sobre onde, como e em que ritmo e tempo se deslocam de uma atração para outra atração (Xia, Zeepongsekul, & Packer, 2011), continua a ser um processo de grande complexidade. Como salientam Shoval, McKercher, Birenboim, & Ng (2015, p.80) «O comportamento espacial humano é a soma de três dimensões paralelas: “o quê”, “quando” e “onde”. O “quê” descreve o tipo de atividade realizada, o “quando” a dimensão temporal dessa mesma atividade e o “onde” o seu elemento espacial».

Pretende-se neste capítulo realizar uma revisão sistemática da literatura sobre as principais investigações realizadas no âmbito do comportamento espaciotemporal dos turistas dando especial ênfase aos estudos efetuados num contexto urbano. São referidos os principais modelos de análise, com destaque para os conteúdos teóricos e conceituais da Geografia Temporal e para a concetualização do movimento espaciotemporal dos turistas. Apresentam-se e discutem-se os principais fatores que influenciam os movimentos dos turistas, salientando-se os relevantes trabalhos de Lew & McKercher (2006) e Mckercher & Lau (2008) e ainda o importante contributo de Caldeira (2014) e Caldeira & Kastenholz (2019) na operacionalização das principais dimensões e fatores de análise, discriminando as características determinantes do comportamento espacial e temporal dos turistas: as características do turista, as características do destino e as características da visita.

Uma vez que os *backpackers* realizam com frequência viagens multidestino de longa duração, considerou-se também pertinente fazer referência a algumas características da viagem como a duração, tipologia e grupo de viagem dando desta forma, um pequeno contributo ao estudo do comportamento espaciotemporal do segmento de turistas *backpackers* num contexto intradestino

4.2. Revisão da literatura sobre o comportamento espaciotemporal dos turistas: principais estudos e contributos

4.2.1 Análise histórica e evolução

As investigações realizadas no âmbito do comportamento espaciotemporal dos turistas têm vindo a chamar a atenção de um número crescente de investigadores, sobretudo nos últimos anos em que têm sido utilizadas novas técnicas de recolha de informação georreferenciada, com grande precisão e fiabilidade. Uma revisão sistemática da literatura permitiu concluir que alguns trabalhos são de **natureza teórica/concetual**, incidindo sobre a modelação da configuração espacial dos movimentos turísticos, como o estudo de Mings & McHugh's (1992), citado por Caldeira (2014) onde são identificados quatro itinerários de viagem ao Parque Nacional de Yellowstone (EUA): 'rota direta', 'órbita parcial', 'fly-and-drive' e 'rota de órbita completa'.

Lew & McKercher (2006) identificam também um conjunto de fatores ligados às características do destino e às características dos turistas como influenciadoras do comportamento e tomada de decisões dos turistas, apresentando uma configuração espacial dos movimentos turísticos com base na territorialidade (quatro modelos) e linearidade (três modelos). Posteriormente, Mckercher & Lau (2008) efetuam uma padronização dos movimentos turísticos numa área urbana, identificando padrões de movimento tendo em conta a territorialidade e a intensidade de consumo. Lue, Crompton, & Fesenmaier (1993) no seu trabalho de conceitualização das viagens de lazer multiatração, identificam cinco padrões espaciais ('destino único', 'a caminho', 'acampamento base', 'tour regional' e 'viagem encadeada') aos quais, Oppermann (1995), numa investigação realizada com turistas internacionais de visita à Malásia, acrescenta mais dois: 'circuito *open jaw*' e 'circuito multidestino'.

Se no passado, várias pesquisas sobre o comportamento espacial e temporal dos turistas foram realizadas num contexto multidestino, ou seja, de vários destinos (Lue *et al.*, 1993; Oppermann, 1995, 1997; van der Knaap, 1999), mais recentemente, os movimentos dos turistas em viagens intradestino, sobretudo em destinos urbanos, passou a ter o interesse de vários investigadores como Caldeira & Kastenholtz (2018a, 2018b, 2019), Galí & Aulet (2019), Fennel (1996), Keul & Kühberger (1997), Koo, Wu, & Dwyer (2012), Mckercher & Lau (2008), McKercher, Shoval, Ng, & Birenboim (2012), Shoval, Schvimer, & Tamir (2018), Xia *et al.* (2010), Zoltan & McKercher (2014), Grinberger & Shoval (2019), entre outros. Mas como Hunt & Crompton (2008) referem, a maioria das viagens turísticas não são realizadas a uma só atração no destino, pelo

que se torna fundamental compreender os movimentos efetuados pelos turistas num destino multiatração, ou por outras palavras, como os turistas consomem o espaço urbano que visitam, de atração em atração e de atividade em atividade.

Alguns investigadores começaram também a analisar o comportamento espacial e temporal de visitantes em espaços fechados com limites definidos, ou seja, intra-atração (*"Intra-attraction"*), onde o comportamento do turista é muito mais controlável (Xiao-Ting & Bi-Hu, 2012) como em determinados eventos desportivos (Pettersson & Zillinger, 2011), festivais (Yun & Park, 2014) e outras atrações (East, Osborne, Kemp, & Woodfine, 2017; Xiao-Ting & Bi-Hu, 2012). Outros exploram mais as metodologias aplicadas e a fiabilidade dos métodos e técnicas de recolha de informação utilizados, sejam eles mais tradicionais, como questionários e diários de viagem, em que é pedido aos turistas que registem os seus percursos e o tempo despendido em cada atividade (Shechter & Lucas, 1978; Potter & Manning, 1984; Gimblett *et al.*, 2003; Hallo *et al.*, 2005 citados por Beeco *et al.*, 2013; Fennel, 1996; Mckercher & Lau, 2008) ou tecnologicamente mais avançados, como aparelhos recetores de GPS (Caldeira, 2014; Shoval & Isaacson, 2007b), posicionamento passivo de telemóveis (Ahas, Aasa, Roose, Mark, & Silm, 2008; Tiru, Kuusik, Lamp, & Ahas, 2010; Zhao, Lu, Liu, Lin, & An, 2018), Bluetooth (Versichele, Neutens, Delafontaine, & Van de Weghe, 2012), fotografias georreferenciadas (Kádár, 2014) e comentários georreferenciados no Twitter (Hawelka *et al.*, 2014), cartões/passes de visita (Zoltan & McKercher, 2014), entre outros.

Como se pode verificar, e tal como referido por Ferrante, De Cantis, & Shoval (2016), o comportamento espaciotemporal dos turistas tem vindo a ser analisado sob diferentes perspetivas, tendo em consideração:

- a escala de análise dos movimentos efetuados - entre vários destinos (interdestino), entre várias atrações dentro do mesmo destino (intradestino) e ainda dentro de uma atração (intra-atração);
- a escala geográfica da área visitada - uma região, uma área urbana ou apenas uma atração, como uma feira temática ou zoológico;
- e os principais fatores determinantes da mobilidade dos turistas.

Relativamente aos principais fatores determinantes da mobilidade dos turistas, Grinberger, Shoval, & McKercher (2014) salientam aqueles que incidem sobre as escolhas do destino, a experiência dos turistas, a segmentação dos turistas e o consumo do destino por parte dos mesmos, referindo ainda vários outros fatores, como a origem cultural dos turistas (Dejbakhsh *et al.*, 2011), turistas que visitam o destino pela primeira vez e repetentes (Caldeira & Kastenholtz, 2018; McKercher *et al.*, 2012; Oppermann,

1997), interesses especiais dos turistas (Fennel, 1996), o primeiro e último dia de visita (Mckercher & Lau, 2008) e as características sociodemográficas dos turistas, como a idade, sexo, rendimentos e instrução (Driver & Tocher, 1979; Hanson & Hanson, 1981 citados por Dejbakhsh *et al.*, 2011; Caldeira, 2014). Outras investigações focam a sua atenção na satisfação dos turistas (Caldeira, 2014), no impacto da distância percorrida desde o país de origem (Caldeira & Kastenholz, 2015) e na sustentabilidade ambiental (Dickinson *et al.*, 2013; Edwards & Griffin, 2013). Por conseguinte, nenhuma investigação se debruçou ainda sobre o comportamento espaciotemporal dos turistas *backpackers* durante a sua visita a um destino urbano.

De acordo com a literatura existente, as investigações que incidem sobre o comportamento espaciotemporal dos turistas podem dar vários contributos:

- a) Influenciar o planeamento e a gestão dos destinos (Beeco *et al.*, 2013; Ferrante *et al.* 2016);
- b) Desenvolver infraestruturas de apoio e transportes, desenvolver produtos turísticos, estratégias de marketing e viabilidade comercial das atividades turísticas e melhorar a imagem dos destinos (Caldeira, 2014; Ferrante *et al.*, 2016; Lew & McKercher, 2006; Shoval & Ahas, 2016; van der Knaap, 1999);
- c) Ajudar a promover a dispersão de turistas dentro de uma região, contribuindo para gerar e redistribuir os rendimentos do turismo na economia local, gerir os fluxos de tráfego e reduzir os impactes ambientais negativos do turismo (Hall, 2005 citado por Le-Klähn, Roosen, Gerike, & Hall, 2015);
- d) Contribuir para a gestão de impactes sociais, ambientais e culturais da atividade turística (Caldeira, 2014; Lew & McKercher, 2006; Shoval & Ahas, 2016);
- e) Analisar a experiência do turista (Caldeira, 2014; Lew & McKercher, 2006);
- f) Melhorar a adequação do destino à visita turística, maximizando a oferta de oportunidades junto do turista e incrementar a sua satisfação relativamente a atrações, serviços turísticos, espaços públicos, transportes, rede viária, sinalização e informação estratégica (Ferrante *et al.*, 2016; Lew & McKercher, 2006);
- g) Planear e ordenar o território, no que diz respeito à localização de novas atrações e alojamentos (Caldeira, 2014; Lew & McKercher, 2006; Mckercher & Lau, 2008; van der Knaap, 1999);
- h) Contribuir por um lado para uma maior dispersão dos turistas e, por outro, para conhecer os seus principais e tradicionais redutos, desenvolvendo medidas eficientes para gerir ou canalizar melhor os fluxos de visitantes e limitar o acesso

- a áreas urbanas específicas (Bauder & Freytag, 2015; Shoval & Isaacson, 2007b);
- i) Identificar pontos fortes e/ou pontos fracos da atividade e estrutura turística à escala local, regional ou nacional, identificando as atrações mais populares, quanto tempo os turistas gastam em cada lugar ou atração e quais as rotas mais utilizadas (van der Knaap, 1999; Xia *et al.*, 2011);
 - j) A utilização de um aplicação de *smartphone* baseada em tecnologia GPS poderá no futuro, permitir planear e gerir os movimentos dos turistas de forma otimizada pelo que as ofertas e pacotes turísticos poderão ser devidamente previstos e ajustados (Thimm & Seepold, 2016);
 - k) As informações altamente precisas e confiáveis, em tempo real, representam também um grande salto em frente para a investigação - tanto aplicada como teórica (Shoval & Ahas, 2016).

4.3 Modelos de Análise

Na sua investigação de doutoramento, Xia (2007) salienta que os movimentos espaciotemporais dos turistas podem ser estudados sob diferentes perspetivas, utilizando vários tipos de modelos de movimentos espaciotemporais, tradicionalmente associados a diferentes áreas do conhecimento, como: os modelos espacialmente explícitos, os modelos baseados no indivíduo, os modelos matemáticos e económicos e os modelos cognitivos.

Enquanto os modelos baseados no indivíduo e os modelos cognitivos têm sido mais utilizados no campo da inteligência artificial e da psicologia cognitiva, os modelos matemáticos e económicos têm sido bastante úteis no setor dos transportes e na modelação económica (Xia, 2007, p.16). Já a modelação do movimento espacial através de modelos espacialmente explícitos tem como objetivo “organizar, representar e analisar o movimento espacial dos turistas” (Xia, 2007, p.9), tendo sido desenvolvidos modelos no âmbito da geografia que podem ser divididos em: i) modelos baseados em redes e em células e ii) modelos de percurso espaço-tempo. Citando Itami (2003), Xia (2007, p.9) refere que nos modelos baseados em redes, os movimentos dos turistas são espacialmente modelados como uma rede linear, enquanto os modelos baseados em células, são descritos pela mesma autora como tendo sido desenvolvidos com base na teoria dos autómatos celulares em que o espaço é modelado como uma grelha bidimensional de células. Os modelos de percurso espaço-tempo têm sido desenvolvidos no âmbito da geografia temporal, criada por Hägerstrand (1970) onde a análise de processos dinâmicos, como os percursos numa área urbana, são analisados

simultaneamente de forma contínua e sequencial, quer no espaço quer no tempo. É sobre a importância e respetivos contributos da geografia temporal que se irá centrar a secção seguinte.

4.3.1 Geografia Temporal

A geografia temporal lida com as atividades humanas que ocorrem em locais específicos e em períodos de tempo limitados (Yun & Park, 2014). Qualquer indivíduo realiza diariamente um conjunto de atividades com uma determinada sequência, evidenciando por isso, um padrão de comportamentos. O simples ato de alguém se movimentar no espaço, do ponto A para o ponto B, implica necessariamente despende uma certa quantidade de tempo, dependendo obviamente, do tipo de transporte utilizado (Thrift, 1977). Por conseguinte, o quadro conceitual da geografia temporal tem sido utilizado e aplicado em diversas investigações ligadas ao comportamento espaciotemporal dos turistas, nomeadamente, na análise dos seus movimentos individuais e atividades realizadas no tempo e no espaço (Fennel, 1996; Grinberger *et al.*, 2014; Grinberger & Shoal, 2019; Kang, 2016; Pettersson & Zillinger, 2011; Shoal & Isaacson, 2007a; Shoal *et al.*, 2015; Xiao-Ting & Bi-Hu, 2012; Yuan & Ping, 2015; Yun & Park, 2014; Zakrisson & Zillinger, 2012, entre outros).

A geografia temporal é uma poderosa ferramenta conceitual, criada e desenvolvida por Torsten Hägerstrand e seus associados da universidade sueca de *Lund* durante as décadas de 60, 70 e 80 do século passado, que contribui para a compreensão do comportamento espacial do ser humano, tendo em conta um conjunto de constrangimentos ou restrições relativos à alocação de tempo, que limitam a realização de atividades no espaço (Hägerstrand, 1970). Enquanto ferramenta de análise permite integrar o espaço e tempo, considera as atividades como processos e tem em consideração as situações que influenciam as atividades, ou seja, a posição ou condição num determinado momento e a posição em relação ao ambiente circundante (Shaw, 2010).

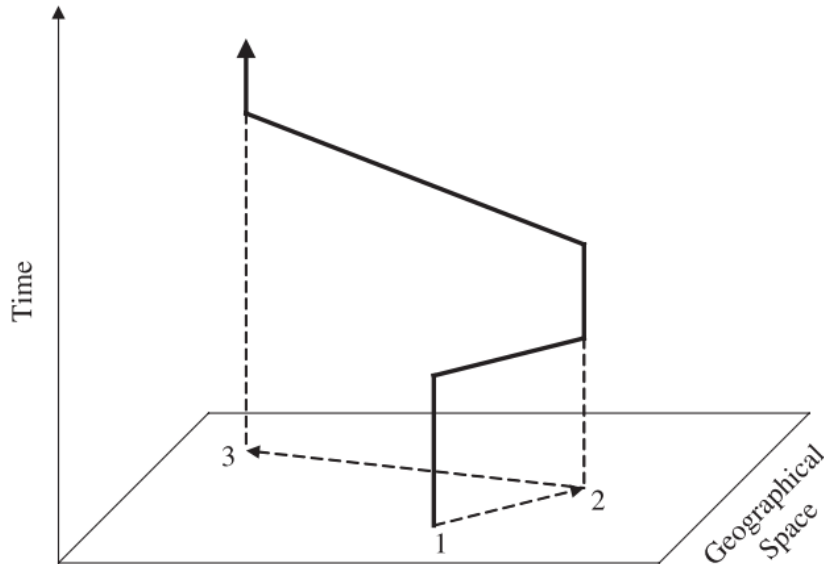
O movimento dos indivíduos no espaço e no tempo foi descrito por Hägerstrand como um percurso que tem início no seu nascimento e que termina no momento da sua morte, ao qual chamou de percurso de vida ("*life path*") que pode no entanto, ser dividido em partes temporalmente distintas, resultando daí, percursos de vida mensais, semanais, diários, entre outros (Fennel, 1996). Neste sentido, o tempo pode ser visto como um recurso limitado.

Segundo Thrift (1977) o quadro conceitual da geografia temporal assenta em alguns pressupostos básicos, ou seja, oito condições fundamentais, relacionadas com a natureza da atividade humana, que Hägerstrand identificou como necessárias em qualquer ‘investigação teórica precisa’:

- i. “a indivisibilidade do indivíduo”, pelo que não poderá estar em mais do que um lugar em simultâneo;
- ii. “a duração limitada de cada vida humana”;
- iii. “a capacidade limitada dos seres humanos de participar em mais do que uma tarefa ao mesmo tempo”;
- iv. “o facto de que todas as tarefas têm uma duração” e exigem tempo para serem concretizadas;
- v. “o facto de que o movimento entre pontos, num espaço, consome tempo”;
- vi. “a capacidade limitada de acondicionamento espacial”;
- vii. “as unidades espaciais de qualquer escala devem ter uma dimensão exterior limitada”;
- viii. “o facto de que cada situação está inevitavelmente enraizada em situações passadas”, ou seja, todo o objeto ou espaço tem uma biografia.

Um dos mais importantes contributos de Hägerstrand (1970) foi a construção do diagrama representado na figura 11 que exhibe simultaneamente o tempo e o espaço numa espécie de reprodução de um momento congelado no tempo (Chai, 2002 citado por Xiao-Ting & Bi-Hu, 2012). Esse diagrama é constituído por dois componentes: um componente espacial bidimensional (eixos x e y) e um componente temporal unidimensional (eixo Z). A posição estática de um indivíduo num determinado lugar, durante um período de tempo, é representada no diagrama através de uma linha vertical (um avanço ao longo do eixo temporal, Z, e uma posição estática no componente espacial, eixos x e y). Quando é realizado um movimento em ambos os componentes, espacial e temporal, essa mesma linha torna-se oblíqua. Segundo Shoval, McKercher, Birenboim, & Ng (2015) este diagrama permite representar um movimento dinâmico ou um padrão de atividades, utilizando uma curva estática que ilustra o tempo de permanência num local específico, o percurso percorrido até outro lugar e o tempo que foi despendido. Quanto mais oblíqua for a curva, maior a velocidade do movimento efetuado. O diagrama da figura 11 representa assim o movimento de um indivíduo (“*space–time path*”) efetuado no espaço e no tempo, entre três estações, verificando-se que permaneceu algum tempo no lugar 1, que depois se deslocou a velocidade reduzida

até à estação 2, onde permaneceu pouco tempo, tendo-se movimentado posteriormente a grande velocidade até à estação 3.



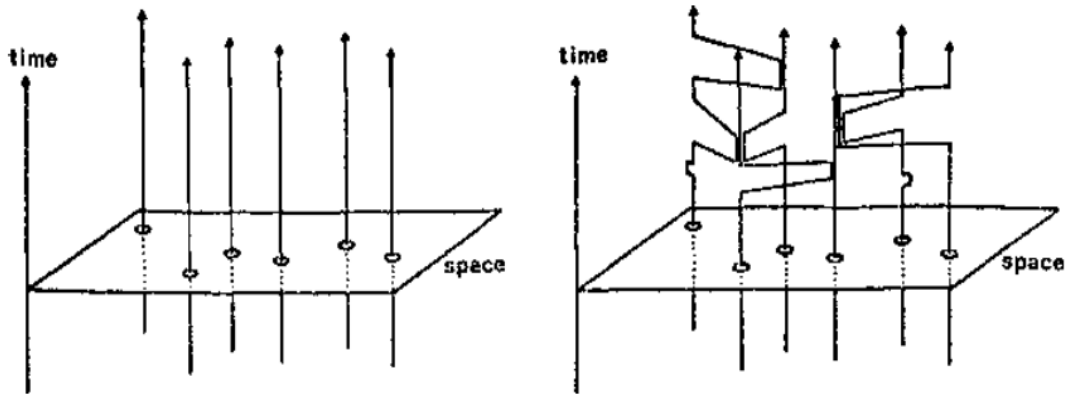
Fonte: Miller (2005)

Figura 11. Percurso espaciotemporal

Os indivíduos não são completamente livres para criar os seus percursos nem a alocação dos recursos espaciotemporais acontece dentro de um vazio - as opções disponíveis para o indivíduo são determinadas por restrições de tempo e espaço, divididos em três grupos (Hägerstrand, 1970; Thrift, 1977):

- i) **‘restrições relativas à capacidade’**, que correspondem às necessidades físicas e aptidões de um indivíduo, pois no dia a dia, os indivíduos encontram-se limitados pela necessidade que têm em dormir, comer, entre outros;
- ii) **‘restrições de cooperação’**, referentes à necessidade de cruzamento de percursos no tempo e no espaço com outras pessoas ou objetos, de modo a fazer parte de uma atividade. As pessoas são dependentes de outras pessoas ou máquinas, como por exemplo, os automóveis;
- iii) e **‘restrições de autoridade’**, referentes a leis, normas e barreiras sociais existentes no ambiente do indivíduo, como por exemplo os horários de abertura e encerramento de lugares e serviços que condicionam o desempenho das suas atividades. Além disso, o acesso a determinados lugares ou domínios é imposto pelos proprietários ou autoridades.

Estas restrições, juntamente com as atividades decorrentes de projetos individuais, definem os recursos de tempo e espaço disponíveis. A figura 12 exemplifica de uma forma clara a importância destas restrições no comportamento espaciotemporal dos indivíduos.



Fonte: Thrift (1977)

Figura 12. Percursos num contexto espaciotemporal isotrópico (a); Percursos sujeitos a restrições (b).

Além disso, as restrições definem os mecanismos espaciotemporais das limitações que determinam como os percursos individuais são realizados (Hägerstrand, 1970). Os constrangimentos dão origem a um prisma tridimensional delimitado no espaço e no tempo. Esses prismas podem mudar diariamente de forma e influenciar os percursos diários individuais.

No âmbito da atividade turística, Shoal (2012), citado por Kang (2016), adaptou à atividade turística os constrangimentos ou restrições relativos à capacidade, cooperação e autoridade sugeridas por Hägerstrand (1970) e descritas por Shoal *et al.* (2015) num estudo realizado em Hong Kong, a propósito da criação de tipologias de turistas a partir do seu comportamento espaciotemporal. O quadro 13 sistematiza essas mesmas restrições.

O **prisma** espaciotemporal, que a par do percurso espaciotemporal é uma das entidades centrais da geografia temporal (Miller, 2005), é uma entidade dinâmica cujo volume e forma mudam em cada atividade e em cada movimento. Os movimentos de um indivíduo estão restringidos à localização de pontos fixos, no tempo e no espaço, que têm de ser respeitados. Os espaços-tempo deixados livres são definidos por duplos cones, mais ou menos simétricos, designados por prismas (Hägerstrand, 1982, p.331, citado por Shaw, 2010).

Estes recursos, a par da localização no espaço, duração das atividades e velocidade da viagem, definem o tamanho e o desenho (forma) do prisma espaciotemporal à volta de cada **estação** – uma entidade que detém no seu interior, todos os locais que um indivíduo pode visitar com uma probabilidade maior que zero, tendo em conta a localização no espaço e no tempo da estação e estações adjacentes (Lenntorp, 1976; Neutens *et al.*, 2011; Thrift, 1977, citados por Grinberger *et al.*, 2014). Na figura 13 o prisma espaciotemporal ilustra um percurso com a mesma origem e destino.

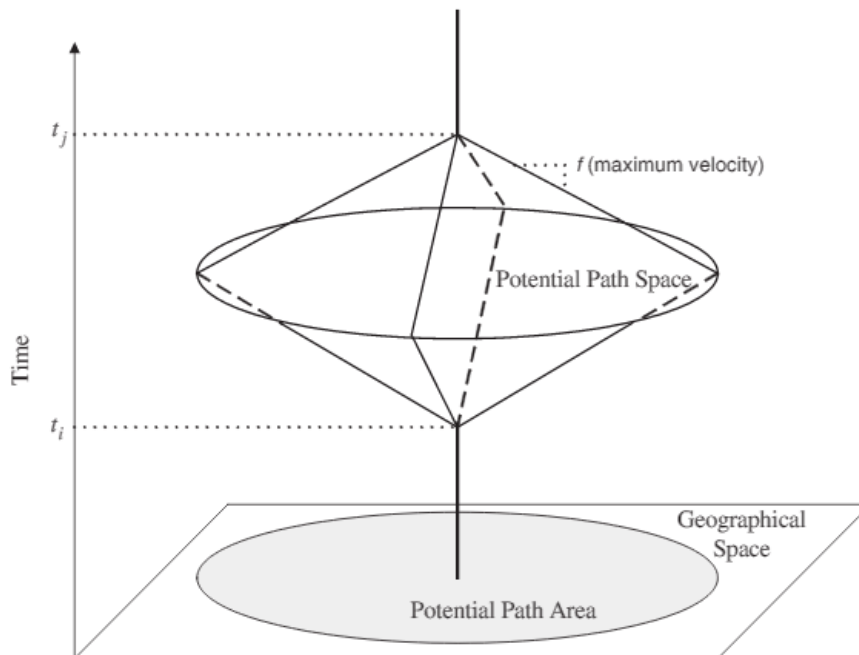
Quadro 13. Principais restrições da Geografia Temporal e exemplos de restrições adaptadas ao comportamento espaciotemporal dos turistas

Exemplos de restrições	Principais restrições da Geografia Temporal (Hägerstrand, 1970)	Principais restrições adaptadas ao comportamento espaciotemporal dos turistas (Shoval <i>et al.</i>, 2015)
Capacidade	Limitam as atividades do indivíduo por causa de fatores biológicos e/ou de ferramentas que ele pode comandar.	<ul style="list-style-type: none"> - Fatores como a necessidade de dormir e alimentação, limitam a quantidade de tempo disponível para viajar e passear; - O tipo de transporte utilizado (bicicleta, automóvel, comboio ou avião) delimita o território a visitar; - A duração da estada é um fator limitativo, porque variando de turista para turista, altera o seu espectro de oportunidades.
Cooperação	Definem onde, quando e por quanto tempo, o indivíduo tem de se juntar a outros indivíduos, ferramentas e materiais, a fim de produzir, consumir, e realizar transações.	<ul style="list-style-type: none"> - Necessidade de conhecer e juntar-se a outros indivíduos numa visita de grupo ou, no caso de um grupo organizado, a necessidade de visitar locais específicos por determinados períodos de tempo; - A atividade espacial dos turistas individuais/independentes e a distribuição geográfica das suas atividades num destino são completamente diferentes das de grupos organizados, por estes serem responsáveis por selecionar as atrações a serem visitadas (principal distinção entre os tipos de turistas em termos de atividade espaciotemporal). As diferenças entre estes dois tipos decorrem fundamentalmente da "rigidez" de itinerários dos grupos organizados em contraste com a maior liberdade das experiências do turista independente ao escolher os locais e atrações a visitar.
Autoridade	Referem-se a 'áreas de controlo' ou 'domínios'. Um domínio é uma entidade espaciotemporal dentro da qual as coisas e eventos estão sob o controlo de um determinado indivíduo ou grupo.	<ul style="list-style-type: none"> - Incluem a existência de horários de abertura de atrações ou os horários de funcionamento de transportes públicos que condicionam os movimentos dos turistas no destino; - O principal objetivo da visita (parâmetro central para segmentar os tipos de turistas, utilizado por várias agências internacionais e em pesquisas académicas) tem um impacto direto sobre o espectro de possibilidades disponíveis para os turistas: os turistas que viajam em negócios ou para visitar amigos e parentes serão menos propensos a visitar locais turísticos do que os turistas que viajam com a finalidade específica de passear e conhecer novos lugares.

Fonte: Hägerstrand (1970); Shoval *et al.* (2015).

O interior do prisma corresponde também ao **espaço potencial do percurso** (“*potential path space* – PPS”), mostrando assim todos os lugares localizados no espaço e no tempo, que um indivíduo pode ocupar. E um indivíduo só pode interagir com outro se o interior de ambos os prismas se intersectarem ou se o prisma de um deles intersectar o

percurso do outro. A projeção do espaço potencial do percurso (PPS) num plano bidimensional delimita a **área potencial do percurso** (“*potential path area – PPA*”) (Miller, 2005). A projeção bidimensional do prisma é o plano geográfico que está ao alcance do indivíduo, ou seja, a sua área potencial das trajetórias (*PPA*) (Lenntorp, 1976; Neutens *et al.*, 2011 citados por Grinberger *et al.*, 2014). O alcance individual do movimento executado dentro de um determinado período de tempo (e.g. *PPA* diário) é derivado dos planos existentes entre qualquer par de estações consecutivas (Weber & Kwan, 2002 citados por Grinberger *et al.*, 2014). Enquanto o prisma apresenta descrições de comportamentos possíveis, a entidade espaço-tempo que retrata o atual comportamento é o **percurso espaço-tempo**, ou seja, um conjunto de locais, delimitados no tempo e no espaço, que foram visitados e apresentados como uma sequência (Figura 13). Os meios de transporte utilizados interferem na velocidade das deslocações, implicando uma mudança na forma do prisma.



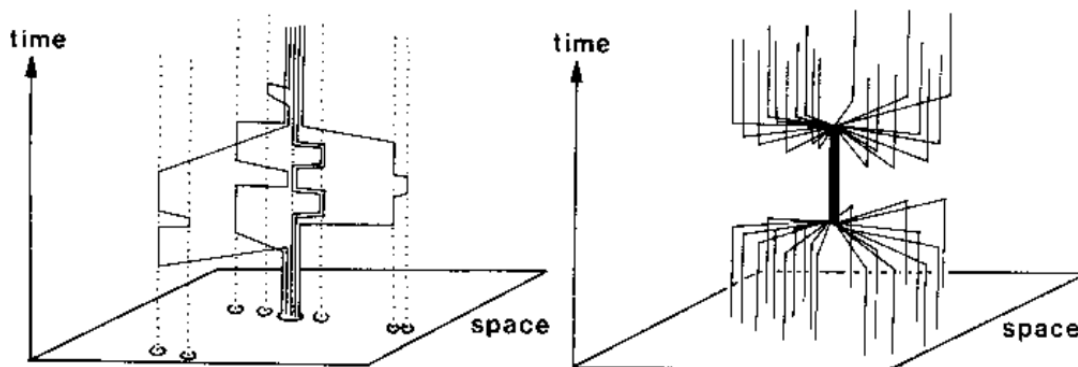
Fonte: Wu and Miller (2001) in Miller (2005)

Figura 13. Prisma espaciotemporal.

As atividades humanas realizam-se em locais específicos por períodos de tempo limitados, pelo que os sistemas de transporte, ao permitirem viajar de um lugar ou atividade para outro(a), possibilitam aos indivíduos fazerem um uso mais eficiente das suas restrições espaciotemporais, trocando tempo por espaço (Shoval & Isaacson, 2007a). Por exemplo, se uma cidade tem um sistema de transportes moderno e eficiente, os turistas vão conseguir movimentar-se mais rapidamente, podendo visitar mais atrações localizadas num território mais vasto.

Existe um conjunto de conceitos-chave relativos à Geografia Temporal:

- O **Percurso/Trajectoria**, introduzido com o objetivo de ajudar a reconhecer a importância da continuidade numa sucessão de situações (Hägerstrand, 1982, p. 323 citado por Shaw, 2010). o percurso espaciotemporal é assim um conceito central da estrutura concetual da geografia temporal.
- Um **Projeto**, que consiste numa série de tarefas e conduz à concretização de um objetivo. Inclui pessoas, recursos, espaço, tempo e, no sentido de completar projetos, as pessoas têm de ultrapassar os seus constrangimentos (Thrift, 1977). Este conceito foi introduzido para nos ajudar a ir mais além do tradicional mapa plano, com os seus padrões estáticos e pensar em termos de um mundo em movimento em que se juntam, como um todo, todos os "cortes" existentes em determinadas situações e que um ator deve assegurar, a fim de alcançar um objetivo (Hägerstrand, 1982, p. 324 citado por Shaw, 2010).
- As atividades são habitualmente divididas em **estações**, ou seja, os lugares onde são praticadas, que podem ser fixas no espaço e no tempo, como por exemplo uma escola, e atividades mais flexíveis, como a ida a um novo restaurante. Uma **estação** ("station") corresponde a uma determinada localização no espaço onde se podem agregar ou agrupar percursos quer no espaço, quer no tempo. Uma sala de aula, um escritório ou um estádio são exemplos de estações ("bundle"), habitualmente concetualizadas como tubos verticais temporalmente limitados (Miller, 2005).



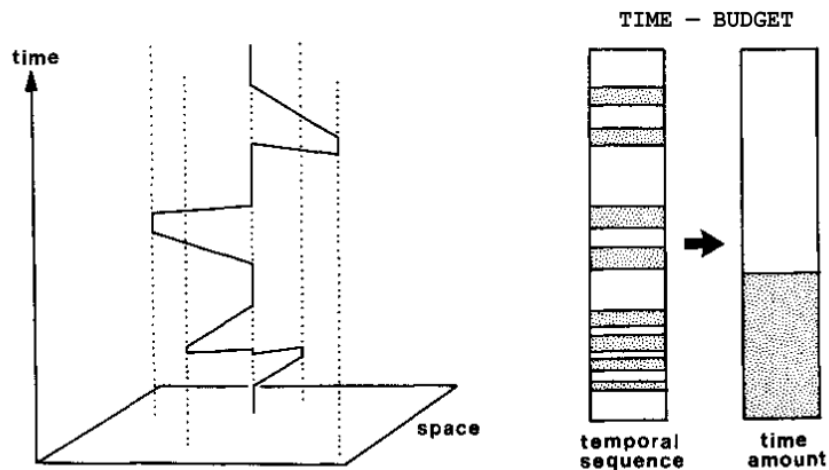
Fonte: Thrift (1977)

Figura 14. Exemplos de conjuntos/cruzamentos de percursos ('bundles'): à esquerda um agregado familiar, à direita uma escola.

- Um "**bundle**" é a convergência de dois ou mais percursos para a realização de atividades partilhadas. Quando os alunos de uma escola saem de manhã de suas casas e se dirigem ao seu estabelecimento escolar para terem aulas, dão

origem a um “*bundle*”. Quando os percursos individuais se cruzam com os percursos de outros indivíduos temos um percurso partilhado (*‘path bundle’*), podendo surgir, nesses cruzamentos, um ‘efeito de propagação’ (*‘spread effect’*) que origina mudanças nos destinos. Por exemplo, se um turista conhece alguém durante um passeio, que o convida para tomar café, vai ficar sem tempo para ir ao museu, como inicialmente planeado, alterando por isso o seu percurso.

As atividades humanas necessitam de tempo para serem concretizadas, logo, podem ser medidas em unidades temporais (minutos, horas, dias, semanas...). A figura 15 evidencia a relação entre o percurso de um indivíduo que se movimenta entre quatro estações (à esquerda), e o tempo gasto em atividades estacionárias e móveis num período de 24 horas (à direita).



Fonte: Thrift (1977)

Figura 15. Relação entre o percurso espaciotemporal de um indivíduo e respetivo orçamento temporal.

4.4. Concetualização do movimento espaciotemporal dos turistas

Na sua investigação de doutoramento, Xia (2007) dedica um capítulo à construção de um quadro teórico que permite modelar o movimento espacial e temporal dos turistas, fazendo para tal, uma descrição dos conceitos, propriedades, estruturas e relações existentes no domínio do movimento espaciotemporal dos turistas (Xia, 2007).

Como se verificou anteriormente, o comportamento espaciotemporal individual refere-se aos movimentos individuais e atividades realizadas no tempo e no espaço (Lu & Fang, 2014). Segundo Shoval & Isaacson (2007a) a análise do comportamento do espaço-tempo individual pode ser realizada através de uma visão holística que analisa

as trajetórias ou tipos de atividade, como a abordagem de localização através do alinhamento sequencial ou através de um determinado aspeto do comportamento individual (Weber, 2003, citado por Lu & Fang, 2014). Segundo Xia, Zeepongsekul, & Packer (2011) e tal como descrito por Caldeira (2014), as investigações realizadas sobre o comportamento espaciotemporal dos turistas têm duas abordagens: a primeira, centrada no movimento físico dos turistas; a segunda, na tomada de decisão de orientação¹³ ou do percurso. Segundo estes autores, os movimentos físicos dos turistas, sendo visíveis, podem ser quantificados, medidos e previstos. Podem ainda ser analisados num **nível macro**, através da sequência discreta de movimentos entre lugares turísticos e entre estes e lugares mais distantes (Xia *et al.*, 2011), em que “o movimento turístico é concetualizado como sendo discreto e simplificado como uma sequência de movimentos no espaço entre uma atração e outra” (Xia, 2007, p.23) e as distâncias podem variar entre alguns quilómetros ou centenas (Dejbakhsh *et al.*, 2011); e num **nível micro** em que o movimento efetuado pelos turistas dentro do lugar de destino, de atração em atração (Dejbakhsh *et al.*, 2011), é visto como um processo contínuo (Xia *et al.*, 2011; Xiao-Ting & Bi-Hu, 2012), como nos trabalhos de Hägerstrand (1970), Lew & McKercher (2006) ou Miller (2005), e onde a sequência de movimentos pode ser representada com grande pormenor. Ao nível micro, correspondem os movimentos intradestino, ou seja, “às direções e aos lugares para onde os turistas vão num destino” (Lau & McKercher, 2006, p.39).

Hunt & Crompton (2008, p.238) sugerem que é mais provável que os turistas visitem uma área com várias atrações do que uma área com poucas atrações. A visita multiatração, ou seja, dirigida a múltiplas atrações no interior do destino durante um único dia (adaptado de Hunt & Crompton, 2008 citado por Caldeira, 2014) é comum em destinos urbanos (Caldeira & Kastenholtz, 2015; Caldeira, 2014). Os turistas procuram a busca de benefícios múltiplos, heterogeneidade de preferências, racionalismo económico, limitações de tempo de viagem e redução do risco e incerteza (Tideswell & Faulkner, 1999; Zillinger, 2005) procurando uma maior variedade de atrações, de forma a reduzir os riscos de insatisfação com uma atração, a satisfação das preferências do grupo e a redução de constrangimentos ligados ao dinheiro e ao tempo disponíveis (Lue *et al.*, 1993 citados por Hunt & Crompton, 2008, p.238 e por Caldeira, 2014, p.68).

Esta investigação irá centrar-se no movimento físico dos turistas *backpackers*, num destino urbano multiatração – a cidade do Porto. Por conseguinte, o comportamento espaciotemporal intradestino será analisado ao nível micro através do quadro concetual

¹³ No original “*wayfinding*”, que segundo Caldeira (2014, p.116), “é geralmente traduzido por orientação, embora sem uma perfeita correspondência semântica”.

da geografia temporal onde a sequência de movimentos dos turistas é representada com grande pormenor.

4.4.1. Dimensões e fatores de análise: operacionalização

Como se observou, o movimento espaciotemporal dos turistas não é um processo simples, sobretudo os movimentos efetuados no destino onde a existência de um grande número de atrações potencia a existência de padrões de movimentos mais complexos (Mckercher & Lau, 2008), influenciados por diversos fatores que segundo Lau & McKercher (2006), podem ser divididos em três grandes categorias: **fatores humanos 'push'** como o papel do turista, motivações pessoais, visitas anteriores, entre outros; **fatores físicos 'pull'**, como a geomorfologia e configuração do destino; e **fatores temporais** como o tempo de permanência no destino e duração total da viagem.

Em relação aos movimentos intradestino, Lau & McKercher (2006, p.41-42) identificaram seis padrões de movimentos efetuados pelos turistas entre os seus lugares de origem e o destino e entre destinos: “*single point, base site, stopover, chaining loop, destination region loop and complex neighborhood*”. Os movimentos intradestino têm sido menos estudados, no entanto, Mckercher & Lau (2008) referem que os padrões de movimentos interdestino têm algumas implicações nos padrões de movimentos intradestino já que, em escalas diferentes, ambos refletem os movimentos dos turistas.

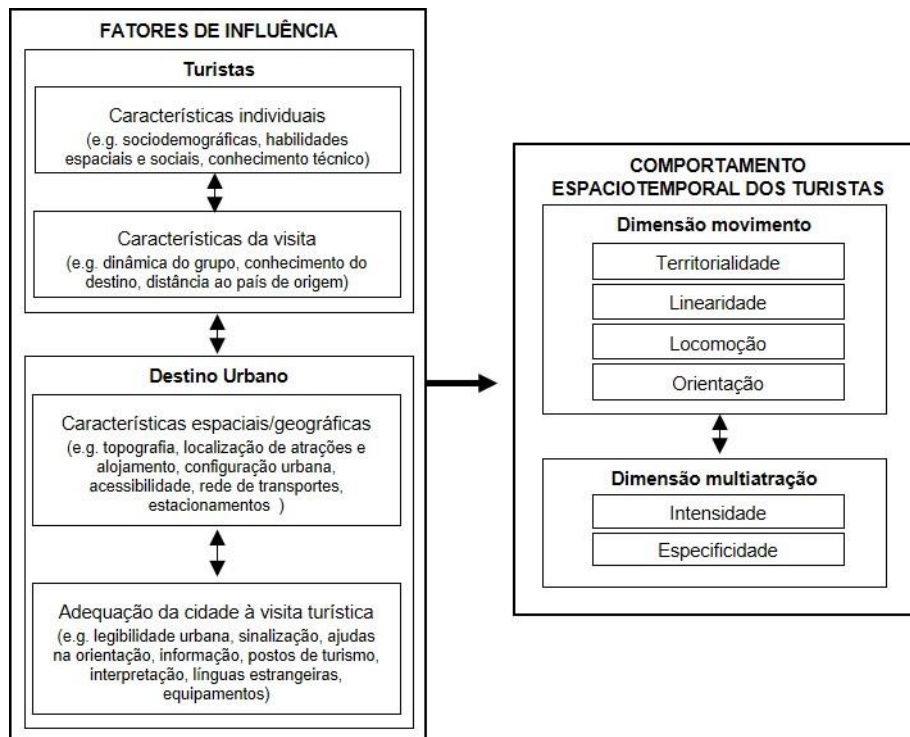
A revisão da literatura dos principais estudos empíricos sobre o comportamento espaciotemporal dos turistas (Bauder & Freytag, 2015; Bauder, Freytag, & Gérardot, 2014; Caldeira & Kastenzholz, 2015, 2018,a, 2018,b, 2019; Caldeira, 2014; De Cantis, Ferrante, Kahani, & Shoval, 2016; Dejbakhsh *et al.*, 2011; Dickinson *et al.*, 2013; Edwards, Griffin, Hayllar, & Dickson, 2009; Espelt & Benito, 2006; Fennel, 1996; Ferrante *et al.*, 2016; Grinberger *et al.*, 2014; Hunt & Crompton, 2008; Keul & Kühberger, 1997; Lau & McKercher, 2004; Leung *et al.*, 2012; Masiero & Zoltan, 2013; Mckercher & Lau, 2008; McKercher *et al.*, 2012; Pettersson & Zillinger, 2011; Raun, Ahas, & Tiru, 2016; Ritchie & Dickson, 2007; Shoval, 2008; Shoval *et al.*, 2015; Xia, 2007; Xia *et al.*, 2010, 2011; Xia, Packer, & Dong, 2009; Yun & Park, 2014; Zakrisson & Zillinger, 2012; Zoltan & McKercher, 2014) permitiu encontrar um conjunto de variáveis organizadas e apresentadas por Caldeira (2014) na sua investigação de Doutoramento. Numa publicação mais recente, Caldeira & Kastenzholz (2019, p.3) sugerem mesmo que os avanços tecnológicos ao nível da recolha de dados têm contribuído para o aumento do número de artigos científicos relacionados com o comportamento espaciotemporal dos turistas, salientando o facto de não existir ainda um modelo ou ferramenta teórica de

análise do comportamento espaciotemporal dos turistas num contexto urbano intradestino, baseado numa taxonomia coerente e abrangente.

Sugerem assim, a existência de duas dimensões de análise, necessárias à operacionalização dos movimentos intradestino dos turistas, ou seja, a sequência de movimentos efetuados entre atrações (figura 16):

1. a dimensão movimento;
2. e a dimensão multiatração.

Estas duas dimensões, descritas e operacionalizadas por Caldeira & Kastenholtz (2019) são constituídas por um conjunto de subdimensões. Na **dimensão movimento**, encontra-se a territorialidade, linearidade, orientação e locomoção. Na **dimensão multiatração**, a intensidade e a especificidade (figura 16).



Fonte: Caldeira & Kastenholtz (2019, p.14)

Figura 16. Modelo conceitual de análise do comportamento espaciotemporal dos turistas num contexto urbano intradestino.

Em relação à **dimensão movimento**, os fatores territorialidade e linearidade foram explorados por Lew & McKercher (2006) na sua investigação sobre a modelação dos movimentos dos turistas e os fatores que os influenciam. Segundo estes autores, a **territorialidade** diz respeito à implementação dos movimentos turísticos num território

e reflete o impacto e a percepção de distância percorrida pelos turistas, como reforçado por Caldeira & Kastenholtz (2019).

Quadro 14. Dimensão movimento - fatores que a condicionam e indicadores utilizados na sua operacionalização

Dimensão movimento			
Territorialidade	Linearidade	Locomoção	Orientação
<ul style="list-style-type: none"> - Afastamento máximo ao alojamento; - Distância total percorrida; - Localização das atrações visitadas; - Movimento/atividade por área; - Áreas/freguesias mais populares; - Altitude (diferenças de altitude e subida acumulada) 	<ul style="list-style-type: none"> - Forma geométrica do percurso; - Direção 	<ul style="list-style-type: none"> - Meio de transporte; - Tempo em movimento (%); - Tempo parado; - Velocidade média; 	<ul style="list-style-type: none"> - Número de vezes que se perdeu (desorientação); - Referenciais de orientação; - Meios tecnológicos utilizados durante a visita.

Fonte: Caldeira (2014), Caldeira & Kastenholtz (2019).

No sentido de mostrar como o território urbano de um destino é consumido ou explorado pelos turistas, Shoval (2008, p.24) utiliza os conceitos de tempo e espaço, e através de informação georreferenciada, mede “a percentagem de tempo gasto em diferentes lugares mais a atividade por célula de dimensões de 10 metros por 10 metros”. Para Mckercher & Lau (2008, p.363) a territorialidade corresponde aos “movimentos completados dentro de um raio de 500 metros a partir do hotel ou percursos que ultrapassem esse limite”. Segundo estes autores, alguns turistas limitam, total ou quase totalmente, os seus movimentos aos arredores do hotel, sobretudo, durante o primeiro dia da visita.

Lew & McKercher (2006) ao modelizarem as formas espaciais básicas que esses movimentos diários podem assumir (territorialidade e linearidade), referem a existência de 4 tipos de modelos territoriais de acordo com os padrões de movimento dos turistas: os turistas podem não apresentar movimento se ficarem no alojamento (Tipo 1); o movimento dos turistas pode ser feito de acordo com a conveniência (Tipo 2), numa exploração concêntrica (Tipo 3) e os turistas podem movimentar-se sem restrições numa lógica radial (Tipo 4). Enquanto os modelos territoriais refletem, por exemplo, o impacto e a percepção da distância (Tipo 1 a Tipo 4); os modelos lineares refletem a geografia do lugar.

Em relação à **territorialidade**, outros investigadores exploraram outras variáveis, como por exemplo, a distância total percorrida (Dejbakhsh *et al.*, 2011; N. G. Espelt & Benito, 2006; Hunt & Crompton, 2008; Keul & Kühberger, 1997; Zakrisson & Zillinger, 2012), a localização das atrações visitadas (Edwards *et al.*, 2009; Fennel, 1996; Hunt & Crompton, 2008; McKercher *et al.*, 2012), o movimento/atividade por área (Edwards *et al.*, 2009; Fennel, 1996; McKercher *et al.*, 2012; Shoval, 2008), o número de quarteirões percorridos e quarteirões mais populares (N. G. Espelt & Benito, 2006), distância

percorrida entre atrações (Dejbakhsh *et al.*, 2011) e a altitude (Svensson, Pettersson, & Zakrisson, 2011).

A **linearidade** é apresentada por Mckercher & Lau (2008, p.372) como a configuração dos padrões de movimento realizados pelos turistas tendo já sido analisada a forma geométrica dos percursos efetuados (Caldeira, 2014; Edwards *et al.*, 2009; Mckercher & Lau, 2008) e a direção dos movimentos (Dejbakhsh *et al.*, 2011; Zakrisson & Zillinger, 2012). Segundo Lew & McKercher (2006), existem vários padrões de movimento lineares que se encontram intimamente ligados à configuração espacial dos diferentes destinos, sugerindo a existência de ‘Padrões Ponto a Ponto’ em que o turista faz o mesmo percurso desde o alojamento à atração e desta para o alojamento; ‘Padrões circulares’, onde o turista realiza percursos circulares entre o alojamento e a atração visitada sem repetição de rotas; e ‘Padrões complexos’, que resultam da combinação dos padrões de movimento descritos anteriormente. Combinando os fatores territorialidade e linearidade, Mckercher & Lau (2008) conseguiram identificar dezenas de padrões de movimentos que agruparam em 11 estilos de movimento, concluindo que a linearidade, apesar de ser um fator importante na identificação dos padrões de movimento, não é um fator crucial na definição dos estilos de movimento.

A **orientação** “é o processo de determinar e seguir um caminho ou percurso entre uma origem e um destino e é uma atividade intencional, dirigida e motivada” (Golledge, 1999, p.6 citado por Caldeira, 2014, p.136) tendo sido um fator operacionalizado por Xia (2007), nomeadamente nos critérios de escolha do percurso, número de vezes que o turista se perdeu, referenciais de orientação e meios tecnológicos utilizados na visita. Além do sentimento de insegurança, o número de vezes que um turista se perdeu conduz à existência de vários padrões de movimento (Caldeira, 2014; Caldeira & Kastenholtz, 2019) enquanto os marcos de referência, como por exemplo, grandes edifícios podem ser usados como importantes pontos de referência (Xia, 2007). Dejbakhsh *et al.* (2011) verificaram ainda se os turistas efetuaram um movimento planeado ou não planeado. De acordo com Caldeira & Kastenholtz (2019) a orientação é a subdimensão ou fator menos estudado.

A **locomoção** diz respeito ao ato de deslocação tendo sido operacionalizada em vários estudos a partir do tipo de transporte utilizado pelos turistas (Dejbakhsh *et al.*, 2011; Edwards *et al.*, 2009; Fennel, 1996; Ritchie & Dickson, 2007; Xia, 2007; Zakrisson & Zillinger, 2012). A velocidade e o tempo que os turistas permaneceram parados foram operacionalizados por Keul & Kühberger (1997), enquanto Espelt & Benito (2006) analisaram o tempo médio por quarteirão que foi gasto pelos turistas na visita a um centro urbano. Alguns estudos indicam que os meios de transporte utilizados pelos

turistas variam com o seu perfil psicográfico (Lew & McKercher, 2006), pelo que turistas independentes como os *backpackers*, por razões económicas, preferem viajar através de meios de transporte terrestres (laquinto, 2015), utilizando frequentemente transportes públicos, como autocarros (Becken *et al.*, 2003; Hannam & Diekmann, 2010a; Richards & Wilson, 2004a), embora o subsegmento *Flashpackers*, em viagens multideestino, revele comportamentos distintos dos tradicionais *backpackers*, como por exemplo, a escolha do automóvel/rent-a-car (Butler & Hannam, 2014).

Através do contributo de Caldeira, 2014 e Caldeira & Kastenholz (2019), a **dimensão multiatração** pode ser dividida, como referido anteriormente, pelos fatores ou subdimensões: **intensidade** e **especificidade** (quadro 15)

Quadro 15. Dimensão multiatração - fatores que a condicionam e indicadores utilizados na sua operacionalização

Dimensão multiatração	
Intensidade	Especificidade
<ul style="list-style-type: none"> - Número de atrações visitadas; - Número de atividades realizadas; - Número de paragens; - Duração da visita; - Tempo despendido nas atrações; - Tempo total/médio despendido por freguesia; - Tempo total/médio despendido por área de 50m x 50m. - Padrão da visita (multiatração ou visita a uma única atração) 	<ul style="list-style-type: none"> - Atrações visitadas; - Atividades realizadas; - Tipologia e variedade de atrações visitadas; - Sequência das atrações visitadas; - Organização temporal da visita; - Participação em tours.

Fonte: Caldeira (2014), Caldeira & Kastenholz (2019) .

Na operacionalização da **intensidade**, ou seja, do envolvimento dos visitantes num destino multiatração, diversos investigadores têm recorrido a vários indicadores como o número de atrações visitadas (Espelt & Benito, 2006; Hunt & Crompton, 2008; Leung *et al.*, 2012; Mckercher & Lau, 2008), o número de paragens ou pontos nodais de atração (Mckercher & Lau, 2008), a duração da visita (Espelt & Benito, 2006; McKercher *et al.*, 2012; Xia, 2007), a duração do tempo despendido nas atrações (Espelt & Benito, 2006; Fennel, 1996; McKercher *et al.*, 2012; Ritchie & Dickson, 2007; Shoval, 2008; Xia, 2007), o número de visitas por dia (Mckercher & Lau, 2008; McKercher *et al.*, 2012) e até o número de viagens até às atrações (Leung *et al.*, 2012).

Segundo Caldeira & Kastenholz (2019) a **especificidade**, ou seja, a identificação das paragens realizadas ou atrações visitadas bem como as suas características particulares (Mckercher & Lau, 2008) tem sido operacionalizada através de indicadores como a identificação das atrações visitadas (Edwards *et al.*, 2009; Espelt & Benito, 2006; Hunt & Crompton, 2008; Leung *et al.*, 2012; McKercher *et al.*, 2012; Ritchie & Dickson, 2007; Xia, 2007), a transição atração a atração (Xia, 2007; Xia *et al.*, 2011; Zakrisson & Zillinger, 2012), a tipologia de atrações (Leung *et al.*, 2012; McKercher *et al.*, 2012), entre outros.

4.4.2 Fatores internos e externos determinantes do comportamento espaciotemporal dos turistas

A procura de uma maior variedade de atrações e a redução da incerteza são algumas das razões que levam os turistas a visitar destinos multiatração (Tchetchink *et al.*, 2009). Os padrões de comportamento dos turistas são influenciados por um conjunto de fatores relativos não só ao turista mas também ao contexto da viagem (Caldeira, 2014), pelo que a cognição – **fator interno**, que diz respeito ao próprio turista (características individuais dos turistas) e o conhecimento geográfico dos destinos/características dos destinos – **fator externo** - são fatores ou variáveis que influenciam os movimentos espaciais dos turistas (Caldeira & Kastenholz, 2019; Tussyadiah & Zach, 2012; Zillinger, 2007).

Millonig & Gartner (2008) fazem referência a várias características individuais (fatores internos), como os atributos sociodemográficos - sexo, idade, cultura, estilo de vida, educação, crenças, atitudes. Os fatores externos referem-se às características ambientais (ambiente, estado do tempo), características da visita (familiaridade, duração da estada), e infraestruturas (tipo, atratividade). Perspetiva idêntica foi adotada por Hernández (2003 citado por Caldeira, 2014, p.139) que descreve a existência de fatores relativos ao espaço e fatores relativos aos visitantes e por Lew & McKercher (2006) que se referem às características do destino e às características do turista. Lau & McKercher (2006) dividem os fatores que influenciam o comportamento espaciotemporal dos turistas em três grandes categorias: **fatores humanos 'push'** como o papel do turista, motivações pessoais, visitas anteriores, entre outros; **fatores físicos 'pull'**, como a configuração do destino, a rede de transportes e o conjunto de atrações; e **fatores temporais** como o tempo de permanência no destino e duração total da viagem.

Para efeitos desta investigação, utilizamos o contributo concetual de Lew & McKercher (2006) e de Caldeira (2014), pelo que a análise dos fatores determinantes do comportamento espaciotemporal dos turistas incidirá sobre:

- 1) as características do turista;
- 2) as características da visita;
- 3) as características do destino;

Uma vez que os turistas *backpackers* realizam frequentemente viagens multidesitino de longa duração, considerou-se pertinente analisar algumas características relativas à viagem no sentido de avaliar a sua influência no comportamento espaciotemporal dos

backpackers durante a visita efetuada ao destino urbano. Considerou-se assim que a análise dos fatores determinantes do comportamento espaciotemporal dos turistas deve também incluir,

- 4) as características da viagem.

O quadro 16, relativo às **características dos turistas**, sintetiza um conjunto de variáveis suscetíveis de influenciar os padrões de comportamento dos turistas que têm sido utilizados e discutidos na literatura.

Quadro 16. Características dos turistas

Características dos turistas
<ul style="list-style-type: none"> - Sexo - Nacionalidade - Idade - País/Região - Área de residência - Nível de escolaridade - Ciclo de vida - Rendimentos/gastos diários - Ocupação - Percepção ao risco - Cultura de origem - Tipo de turista e Perfil Psicográfico (alocêntrico e psicocêntrico)

Fonte: Caldeira (2014), Caldeira & Kastenholz (2019) .

As características demográficas como a **idade**, **sexo**, educação, país de origem, entre outras, são variáveis, independentes do destino, que têm sido frequentemente utilizadas em vários estudos sobre o comportamento espaciotemporal dos turistas (Caldeira, 2014; Cooper, 1981 citado por East *et al.*, 2017; Edwards *et al.*, 2009; Espelt & Benito, 2006; Hunt & Crompton, 2008; Le-Klähn *et al.*, 2015; Ritchie & Dickson, 2007; Xia *et al.*, 2010; Zakrisson & Zillinger, 2012). No entanto, como salientam Masiero & Zoltan, (2013) e Le-Klähn *et al.* (2015) a idade e o sexo não têm sido fatores significativos, tanto na escolha dos meios de transporte como na dispersão da viagem. Se os padrões de movimento não são influenciados por variáveis demográficas, as características da viagem desempenham um papel importante na sua determinação (Masiero & Zoltan, 2013). Mas apesar de não existir ainda consenso quanto às **diferenças entre sexos** relativas à orientação e processo de tomada de decisão de percursos, Chang (2012), num estudo realizado em Veneza, encontrou algumas diferenças, concluindo que as mulheres demonstraram um nível mais elevado de ansiedade dando uma maior preferência, em termos de orientação, a uma estratégia de rota. Os turistas masculinos, menos ansiosos optaram preferencialmente por uma estratégia de orientação. Diferenças em relação à escolha dos percursos tinham já sido confirmadas por Xia *et al.* (2009) e Xia *et al.* (2010). Segundo Xia *et al.* (2009), existem diferenças entre sexos em relação às estratégias utilizadas na seleção dos percursos. Os turistas do sexo

masculino utilizam pontos de referência diferentes, como por exemplo, tipos de vegetação ou marcas de trilhos e têm mais tendência a selecionar percursos mais panorâmicos do que os turistas do sexo feminino.

A **idade** é outra característica sociodemográfica analisada em vários estudos (Caldeira, 2014; Chang, 2012; Edwards *et al.*, 2009; Espelt & Benito, 2006; Hunt & Crompton, 2008; Keul & Kühberger, 1997; Ritchie & Dickson, 2007; Xia *et al.*, 2010; Zakrisson & Zillinger, 2012). Driver & Tocher (1979) citados por Dejbakhsh *et al.* (2011) referem que os mais velhos e os mais jovens tendem a ser espacialmente mais contidos. Mill and Morrison (1985) citados por Lew & McKercher (2006) referem a existência de uma relação entre idade e atividade física, pelo que os turistas mais jovens procuram atividades mais enérgicas enquanto os turistas mais velhos dão preferência a atividades mais sedentárias. Tal como Koo *et al.* (2012), Caldeira (2014) também não verificou a existência de uma relação entre idade e a amplitude de movimentos e atrações visitadas, concluindo apenas que turistas mais velhos (a partir dos 45 anos) utilizaram com maior frequência o transporte comercial/turístico, em linha com os resultados de outras investigações onde os turistas mais velhos tendem a preferir visitas organizadas. De Cantis *et al.* (2016) verificaram também que num dos grupos de turistas de cruzeiro, constituído predominantemente por pessoas mais velhas e mais jovens, foram realizados percursos de menor duração e extensão (passeios rápidos e curtos a pé), denotando uma preferência por passarem mais tempo a bordo do que na exploração do destino.

No que respeita ao **país de origem**, vários estudos identificaram algumas diferenças (Becken, Wilson, Forer, & Simmons, 2008; Koo *et al.*, 2012), nomeadamente na distância percorrida desde o país de origem e o destino. De acordo com Caldeira & Kastholz (2015), os turistas com locais de residência mais distantes investem mais tempo e dinheiro na sua viagem, procurando mais variedade, a redução do risco e de incerteza e a racionalização económica, com consequências no seu comportamento espaciotemporal durante a sua estada. Estas autoras identificaram diferenças estatisticamente significativas no comportamento espaciotemporal entre os turistas que viajaram de países mais próximos (*short haul*) e os turistas com origem em países mais distantes (*long haul*).

Em relação ao **nível de escolaridade e rendimentos**, De Cantis *et al.* (2016) também verificaram que turistas com maiores níveis de escolaridade e rendimentos realizaram *tours* mais compridos e duradouros indo ao encontro do trabalho de Hanson & Hanson (1981) citados por Dejbakhsh *et al.* (2011) em que os turistas mais ricos e instruídos

revelam uma maior mobilidade. Segundo Cooper (1981, citado por East *et al.*, 2017) os turistas de rendimentos mais reduzidos são também menos exploradores, concentrando mais o seu orçamento temporal num menor número de atrações de forma a maximizar a sua experiência de visita.

Alguns estudos sugerem a existência de diferenças nos padrões de movimento entre **turistas domésticos e internacionais** (Edwards *et al.*, 2009 ; Flognfeldt, 1999; Le-Klähn *et al.*, 2015a; Ritchie & Dickson, 2007; Xia *et al.*, 2010). Flognfeldt (1999) refere que os turistas domésticos realizam com frequência visitas repetidas estando mais interessados em atividades sociais e relacionadas com a natureza enquanto os turistas internacionais, encontrando-se frequentemente a realizar uma primeira visita, procuram mais atrações e como conhecem mal o destino têm menos vontade em explorar áreas mais remotas. Numa investigação realizada na cidade de Munique, Le-Klähn *et al.* (2015) concluíram que os turistas nacionais tendem mais a viajar pela cidade e não para fora da mesma, o que poderá ser explicado pelo facto de um grande número dos turistas domésticos se encontrarem a realizar uma viagem de negócios, com pouco tempo para se distanciarem da cidade. Xia *et al.* (2010) encontraram padrões de movimento distintos entre turistas domésticos e internacionais no estudo que conduziram na ilha de *Phillip Island*, Austrália. Identificando cada atração com uma letra distinta, os autores verificaram que padrões de movimento identificados com as letras 'DG', que incluem visitas a "*Koala Conservation Centre*" e "*Penguin Parade*" e 'DFG', que incluem visitas a "*Koala Conservation Centre*", "*Cowes*" e "*Penguin Parade*" respetivamente, foram dominados por turistas internacionais enquanto os padrões de movimento 'FHG' ("*Cowes*", "*Nobbies or Seal Rock*" e "*Penguin Parade*") e 'BFG' ("*Cape Woolamai*", "*Cowes*" e "*Penguin Parade*") caracterizam-se por serem mais utilizados por turistas domésticos.

Embora não haja muitos estudos sobre a influência da **nacionalidade/país de origem** no comportamento espaciotemporal em viagens intradestino multiatração, os trabalhos de Pizam & Sussmann (1995) e Pizam *et al.* (1997) e Pizam *et al.* (2004) citados por Ryan & Huimin (2007) referem a existência de diferenças na perceção e comportamento dos turistas relativamente à sua nacionalidade (Becken *et al.*, 2008; Caldeira, 2014; Caldeira & Kastenholz, 2015; Debbage, 1991; De Cantis *et al.*, 2016; Le-Klähn *et al.*, 2015; Ritchie & Dickson, 2007; Zoltan & McKercher, 2014). Numa investigação realizada na Nova Zelândia, num contexto de viagens multidesestino, Becken *et al.* (2008) verificaram que os visitantes australianos viajam distâncias mais curtas de avião e têm a mais elevada percentagem de utilização de automóveis e autocaravanas (74%).

Os norte-americanos visitam os principais centros urbanos e refletem um comportamento de viajantes pouco experientes no que respeita ao seu comportamento espacial. Os japoneses, mais experientes que os americanos demonstram uma preferência cultural por viagens organizadas, partilhando com os chineses uma preferência cultural por viagens com poucas atividades, enquanto os turistas alemães são os visitantes mais ativos. Oppermann (1995) também refere a existência de preferências relativamente à nacionalidade dos turistas que visitam a Malásia no que respeita a certos padrões de movimento, salientando que os visitantes europeus escolhem preferencialmente uma determinada área e itinerário (“*Open jaw loop*”). Ficou evidente, numa investigação que envolveu estudantes da Nova Zelândia e da China de visita à Califórnia (Ryan & Huimin, 2007) que os primeiros tendem para se dispersarem da cidade de Los Angeles a um ritmo mais lento, visitando no entanto mais destinos e com estadas mais curtas, enquanto os estudantes chineses demonstraram uma maior preferência por estadas nos principais centros urbanos utilizando-os como base para se deslocarem até parques nacionais, regressando posteriormente à cidade, evidenciando assim uma menor tendência para viajar e conseqüentemente, uma menor dispersão.

Num contexto de viagem intradestino multiatração Caldeira & Kastenzholz (2015) encontraram resultados estatisticamente significativos relativamente à distância do país de origem dos turistas rastreados, nomeadamente na utilização do transporte comercial/turístico, número de atividades, na escolha de algumas atrações e *tours* organizados, entre outros. Num outro estudo que envolveu turistas de cruzeiro, De Cantis *et al.* (2016) verificaram que os passageiros de nacionalidade italiana, em comparação com as outras nacionalidades, evidenciaram, em média, valores mais elevados de distância máxima percorrida e de velocidade média. Também Koo *et al.* (2012) encontrou diferenças significativas entre as nacionalidades dos turistas e os meios de transporte utilizados e respetiva dispersão no destino.

Os turistas são mais propensos a visitar um destino que lhes seja culturalmente familiar (Ng, Lee, & Soutar, 2007, citados por Le-Klähn *et al.*, 2015a). A **cultura de origem** e a sua relação com o comportamento espaciotemporal dos turistas foi analisada por Dejbakhsh *et al.* (2011) que demonstraram haver diferenças significativas no comportamento espacial dos turistas de diferentes nacionalidades, quer ao nível da distância percorrida, do meio de transporte utilizado quer ao nível da duração e padrão de movimentos. Em estudos anteriores, Flognfeldt (1999) e Lew (1987) citados por Lew & McKercher (2006) verificaram, entre outros, que a nacionalidade dos turistas tem influência na escolha das atrações visitadas. Os turistas culturalmente mais próximos

do destino visitado procuram atrações diferentes e viajam para áreas diferentes em relação aos turistas com origem em culturas mais distantes (Debbage, 1991).

O **perfil psicográfico** dos turistas diz respeito a um conjunto de variáveis psicográficas como atitudes, valores, interesses, motivação e personalidade (Weaver, 2012, p.371 citado por Caldeira, 2014). Tendo em conta as motivações, determinantes e comportamentos, Plog descreve a existência de três tipos de turistas: os psicocêntricos, aloocêntricos e os midocêntricos. Os primeiros viajam habitualmente para destinos mais familiares e mantêm um nível de atividade mais reduzido; os segundos são mais aventureiros e propensos ao risco, procuram a novidade e viajam para destinos mais longínquos entrando em contacto com novas culturas. Os midocêntricos correspondem aos turistas que se encontram entre os extremos descritos anteriormente. Mas um dos primeiros autores a dedicar a sua atenção ao comportamento do turista e o seu grau de envolvimento no destino foi Cohen (1972), tendo proposto, de uma maneira geral, a existência de duas grandes tipologias de turistas enquadradas em:

- i) formas institucionalizadas de turismo;
- ii) e formas não institucionalizadas de turismo.

A primeira inclui os turistas que viajam em visitas organizadas (“*organized mass tourist*”) e os turistas que não viajando em grandes grupos, planeiam a sua viagem (“*individual mass tourist*”). Em ambos os casos, os riscos são devidamente calculados de forma a reduzir ao máximo, quaisquer imprevistos, não havendo um grande envolvimento com o destino. A segunda inclui os turistas do tipo exploradores (“*the explorer*”) e os turistas “errantes” (“*the drifter*”), caracterizando-se estes por não planearem com pormenor a sua viagem e se envolverem bastante com as comunidades que vão conhecendo, sujeitos portanto, a situações mais arriscadas.

Debbage (1991), citada por Caldeira (2014, p.142) conclui que enquanto “os turistas aloocêntricos viajavam mais cedo e mais frequentemente para fora da ilha, os turistas psicocêntricos atrasavam a sua saída da estância turística e restringiam os movimentos a localidades próximas”. Caldeira (2014) encontrou apenas uma relação significativa, embora inconsistente, com o perfil psicográfico e a tipologia de atração (miradouro). O seu trabalho de investigação revelou que os turistas que fizeram viagens de longo curso revelaram-se mais aloocêntricos que os turistas que realizaram viagens mais curtas e que os turistas acompanhados de crianças revelaram-se mais psicocêntricos. Apesar de se presumir que o aventureirismo tivesse um impacto positivo sobre a amplitude de movimentos e multiatração, Caldeira (2014) apenas identificou uma associação e de

forma inconsistente, em que os turistas mais aloccentricos se dispõem porventura a maior esforço físico e dispersão, incluindo na visita a miradouros.

Incidindo esta investigação sobre um segmento de turistas *backpacker*, seguir-se-á a perspectiva adotada por Cohen (1972), uma vez que os turistas que viajam ao estilo *backpacker* são, na sua essência, turistas não institucionalizados, quer do tipo exploradores (“*the explorer*”) quer do tipo turistas “errantes” (“*the drifter*”), enquadrando-se, de acordo com o perfil psicográfico de Plog, no grupo de turistas aloccentricos.

As **características do destino**, nomeadamente as suas características físicas (**fatores físicos 'pull'**) como a configuração do destino, a rede de transportes e a localização das atrações (quadro 17), são apresentadas por Lau & McKercher (2006) como tendo influência na escolha dos itinerários por parte dos turistas, afetando por isso os seus padrões de movimento.

Quadro 17. Características do destino

Características do destino
- Origem da viagem/Localização do alojamento
- Destino da viagem/Localização das atrações (número, diversidade, tipo, hierarquia)
- Acessibilidade (rede de transportes/modo de transporte)
- Geomorfologia/orografia
- Configuração espacial do destino
- Estado do tempo/Clima

Fonte: Caldeira (2014); Caldeira & Kastenzholz (2019); Dejbakhsh *et al.*, (2011); Espelt & Benito (2006); Keul & Kühberger (1997); Lau & McKercher (2006); Mckercher & Lau (2008); McKercher *et al.*, (2014); Shoal *et al.*, (2011); Zoltan & McKercher (2014).

A literatura faz ainda referência à localização dos alojamentos (Dejbakhsh *et al.*, 2011; Shoal *et al.*, 2011) e às condições climáticas/estado do tempo (Caldeira & Kastenzholz, 2018a; Espelt & Benito, 2006; McKercher *et al.*, 2014) como outros fatores condicionantes do comportamento espaciotemporal. Espelt & Benito (2006) salientam o facto de que diferentes **condições meteorológicas/estados do tempo** determinam o comportamento espacial dos turistas, já que chuva ou calor excessivos poderão encurtar os itinerários e aumentar o tempo gasto nos nós de ligação (espaços fechados), no entanto, não encontraram na sua investigação qualquer relação estatística entre o grau de congestionamento e o comportamento dos visitantes. O impacto do estado do tempo nos fluxos de turistas em áreas rurais foi analisado por Falk (2015) tendo encontrado relações estatisticamente significativas entre a procura turística e mudanças na temperatura do ar no final do verão início do outono. Os residentes domésticos são mais propensos a passar as suas férias no seu país durante os meses de verão mais quentes e mais ensolarados. Num outro estudo, intradestino e multiatração, McKercher *et al.* (2014) chegaram à conclusão que o estado do tempo tem um impacto muito reduzido no comportamento espaciotemporal dos turistas em visita ao destino urbano de Hong

Kong, salientando que num estudo realizado por Shoval & Raveh (2004), em Jerusalém, os turistas com orçamentos temporais mais reduzidos selecionaram atempadamente as atrações a visitar mudando raramente os seus planos no destino. Contrariamente, numa investigação efetuada em Lisboa, Caldeira & Kastenholz (2018a) verificaram que a temperatura máxima do ar tem um considerável efeito negativo na satisfação geral dos turistas, salientando que as condições meteorológicas verificadas durante todo o dia têm um impacte significativo tanto nas atividades realizadas como nos movimentos efetuados pelos turistas.

O lugar de origem da viagem/localização do alojamento têm também influência nos movimentos efetuados pelos turistas no destino visitado (Dejbakhsh *et al.*, 2011; Lew & McKercher, 2006; Mckercher & Lau, 2008; Shoval *et al.*, 2011; Zoltan & McKercher, 2014). Mckercher & Lau (2008) verificaram que 21% de todas as viagens diárias realizadas por turistas independentes e de lazer, em Hong Kong, foram percursos realizados a menos de 500 metros do hotel em que estavam alojados. Shoval *et al.* (2011) descobriram também que apesar das atrações mais icónicas de Hong Kong parecerem ter a capacidade de atrair turistas independentemente da localização do hotel, a visita a outros destinos da cidade é fortemente influenciada pela localização do hotel. Este estudo demonstrou ainda que além da existência de uma atividade espacialmente concentrada em torno do hotel, a localização do alojamento influencia os lugares que os turistas são ou não suscetíveis de visitar bem como os padrões de visita diurna. Dejbakhsh *et al.* (2011) encontraram ainda uma relação entre a localização do alojamento e as características culturais dos turistas, nomeadamente, o poder da distância (PDI) e o individualismo/coletivismo (IDV). Os turistas identificados de acordo com as dimensões culturais propostas por Hofsted como tendo um baixo poder de distância ou pelo individualismo, têm tendência a escolherem um hotel no centro da cidade e a não se afastarem muito dele.

Lynch (1960) citado por Xia (2007) classificou as formas físicas de uma cidade em caminhos (trajetos ao longo dos quais os objetos se movem), limites (fronteira entre dois caminhos, caminho e região, ou duas regiões), distritos (secção de uma cidade), nós (pontos de interseção de caminhos/trajetos) e marcos/pontos de referência (edifícios mais salientes, nomes de ruas, um rio, entre outros). A **configuração espacial dos destinos** influencia, de acordo com Lew & McKercher, (2006) os padrões de comportamento dos turistas, facilitando ou dificultando, por exemplo, os movimentos efetuados entre atrações. Por conseguinte, a compatibilidade de atrações num destino urbano multiatração, analisada por Hunt & Crompton (2008), tem vantagens quer no

número de visitas quer na duração das mesmas, contribuindo para a redução do risco e da incerteza.

Como referem Lau & McKercher (2006, p.43), “a singularidade, variedade, número e a distribuição das atrações afetam os padrões de movimento dos turistas” pelo que o **destino da viagem, a localização das atrações, o tipo e hierarquia** das mesmas são variáveis a ter em consideração, pelos diversos impactes relacionados com a diversidade e complexidade dos itinerários executados pelos visitantes, como a identificação de zonas temáticas, a personalização de produtos e serviços e ainda pela importância da localização dos alojamentos turísticos (Lew & McKercher, 2006). A notoriedade das atrações, baseada na sua capacidade de induzir a procura (Christaller 1963; Mill&Morrison 1985 citados por Lew & McKercher, 2006) tem consequências nos movimentos efetuados pelos turistas devido ao seu poder de atração, uma vez que os turistas sentem-se obrigados a visitar atrações primárias, mesmo que se localizem relativamente fora dos percursos habituais. Como a compulsão de visita diminui à medida que se desce pela hierarquia das atrações existentes no destino, as visitas a atrações de ordem mais baixa dependerão de decisões baseadas na conveniência ou por encontros de casualidade (Lew & McKercher, 2006). Shoval & Raveh (2004) examinam a relação entre as características da viagem dos turistas (principalmente a duração da estada e o número de visitas anteriores) e as atrações que visitam em Jerusalém evidenciando que a heterogeneidade religiosa parece contribuir para a clara diferenciação entre os diferentes tipos de atrações.

Na sua investigação em Lisboa, Caldeira (2014) confirmou que os turistas dirigem a sua visita a múltiplas atrações sendo as mais visitadas, por ordem de importância, as atrações patrimoniais, as zonas históricas/urbanas e os museus, o que reflete uma preferência pela vivência da cidade. A visita a atrações mais periféricas está também associada a turistas com estadas mais longas enquanto as atrações de vida selvagem, como o jardim zoológico, e os centros comerciais, são mais visitados por turistas acompanhados por crianças.

A **acessibilidade da rede de transportes**, ou seja, a maior ou menor facilidade com que se viaja num determinado território, tem uma série de impactes nos padrões de movimento. Lew & McKercher (2006) identificam alguns, como o grau de liberdade ou restrição dos movimentos, diferenças no acesso às atrações e opções no modo de transporte. A escolha do **meio de transporte** a utilizar no destino influencia o padrão de movimento dos turistas (Masiero & Zoltan, 2013) e depende dos meios de transporte disponíveis, da distância a percorrer e dos custos e benefícios percebidos, podendo os

turistas escolher entre o uso do automóvel (privado ou alugado), o transporte fornecido por empresas de *tours*/passeios organizados, transportes públicos como autocarros, comboio, *ferries*, táxis, entre outros e ainda caminhar a pé (Lew & McKercher, 2006). Tideswell & Faulkner (1999) referem que o meio de transporte tem um papel importante uma vez que os turistas que utilizam transportes públicos viajam consideravelmente menos no destino do que aqueles que utilizam meios de transporte privados. Le-Klähn *et al.* (2015) demonstram que os turistas com habilitações literárias mais elevadas (faculdade/universidade) são mais propensos a usar transportes públicos do que os restantes turistas e que os visitantes que viajam acompanhados são mais propensos a usar transportes públicos do que viajantes individuais. O preço tem também um efeito positivo no uso de transportes públicos. As características demográficas e a familiaridade do destino podem também influenciar a escolha do meio de transporte pelos turistas (Masiero & Zoltan, 2013). Caldeira (2014) verificou que os turistas que residem num país mais distante utilizaram com maior frequência um transporte comercial e que a utilização do automóvel próprio ou alugado aumenta com a duração da estada enquanto a utilização do 'transporte comercial/turístico' diminui com a duração da estada. O transporte público foi selecionado preferencialmente pelos turistas com estada intermédia.

O comportamento espacial dos turistas no destino é determinado mais pela geografia do local e conformidade do grupo do que pelo individualismo (Keul & Kühberger, 1997). A **topografia/orografia** é uma das características naturais dos destinos que influencia a forma da rede de transportes e, por consequência, influencia o próprio fluxo de turistas, que será diferente em áreas montanhosas em relação a áreas mais planas onde padrões de movimento mais dispersos e variados terão um maior potencial para se verificarem (Lew & McKercher, 2006). Shoval *et al.* (2011) verificaram ainda que além da localização do hotel, também a presença de **barreiras geomorfológicas** influenciam o volume de turistas na cidade de Hong Kong. Também ao nível das viagens multidestino, Hwang & Fesenmaier (2003) referem que as características geográficas influenciam os padrões espaciais dos turistas, sem no entanto, as especificar.

Masiero & Zoltan (2013) verificaram que as características da viagem têm um papel importante no comportamento espaciotemporal dos turistas por determinarem os seus padrões de movimento. As **características da visita** (quadro 18), como o **conhecimento e familiaridade com o destino**, ou seja, **as experiências anteriores e as fontes de informação** utilizadas pelos turistas e a influência que estas variáveis exercem no comportamento espaciotemporal nos destinos têm sido analisados em várias investigações (Caldeira, 2014; Caldeira & Kastenholz, 2018; Chang, 2012; De

Cantis *et al.*, 2016; Edwards *et al.*, 2009; Espelt & Benito, 2006; Ferrante *et al.*, 2016; Keul & Kühberger, 1997; Lau & McKercher, 2006; Le-Klähn *et al.*, 2015; Lew & McKercher, 2006; Masiero & Zoltan, 2013; McKercher *et al.*, 2012; Oppermann, 1997; Ritchie & Dickson, 2007; Shoval & Raveh, 2004; Xia *et al.*, 2010; Zoltan & McKercher, 2014).

Quadro 18. Características da visita

Características da visita
- Propósito da visita
- Grupo de visita (número de elementos, tipo de grupo, presença de crianças)
- Organização da visita/Preparação da visita
- Presença de guia turístico
- Duração e fase da estada/Orçamento temporal
- Conhecimento e familiaridade com o destino (experiências anteriores e fontes de informação)
- Despesas de viagem
- Tipo de alojamento
- Motivações e interesses

Fonte: Caldeira (2014), Caldeira & Kastenholz (2019) .

As experiências anteriores têm sido operacionalizadas através das diferenças de comportamento registadas entre turistas que visitam os destinos pela primeira vez e os que se encontram a repetir a visita. Numa pesquisa efetuada na Nova Zelândia, no âmbito da viagem multideestino, Oppermann (1997) verificou que os turistas repetentes, apesar de terem estadas mais longas, visitam consideravelmente menos destinos e atrações, pelo que o seu impacte é mais concentrado num menor número de locais e atrações do que o dos turistas que visitam pela primeira vez este país. Tal como Becken *et al.* (2008) viriam a confirmar mais tarde, os turistas que visitam a Nova Zelândia pela primeira vez, dispersam-se muito mais no espaço que os repetentes. Já num destino urbano multiatração, segundo Lau & McKercher (2004) os turistas que visitam Hong Kong pela primeira vez têm como principal motivação explorar o destino, participando numa ampla gama de atividades geograficamente dispersas, enquanto os turistas que repetem a visita têm como principal motivação o consumo, optando por fazer compras, comer e passar tempo com a família e amigos. Shoval & Raveh (2004) salientam que os turistas que mais repetem a visita tendem a visitar atrações secundárias e mais periféricas, tal como concluiu Fennel (1996) no seu estudo em que os visitantes que se encontram a repetir a viagem, devido ao seu interesse vão além dos locais de atração usual. Freytag (2010) citado por Bauder & Freytag (2015) reforça esta ideia concluindo no seu estudo, efetuado em Paris, que os visitantes repetentes tendem a procurar lugares localizados fora dos habituais trilhos do turismo de massas. Masiero & Zoltan (2013) também verificaram no seu estudo que turistas repetentes têm uma maior probabilidade de visitar uma área mais extensa.

No entanto, Mckercher & Lau (2008) não encontram uma relação entre o facto de se estar ou não a visitar o destino pela primeira vez e o padrão dos percursos realizados, contrariamente aos estudos de Caldeira (2014) e Caldeira & Kastenholz (2018) onde os turistas que visitaram Lisboa pela primeira vez exibiram com mais frequência um percurso circular, indiciando uma menor complexidade do itinerário e possivelmente alguma preferência pelos *city tours*. Verificou-se ainda que os turistas estreantes têm uma maior preferência pela visita a atrações mais emblemáticas da cidade indo ao encontro dos resultados da investigação de McKercher *et al.*, (2012) que verificaram que os turistas que visitam pela primeira vez o destino, tendem a viajar mais amplamente ao longo do mesmo enquanto aqueles que se encontram a repetir a visita tendem a limitar as suas ações a um número menor de locais. Acrescentam ainda que a hora de visita às atrações e a quantidade de tempo gasto nas mesmas também varia quer se trate de turistas repetentes ou turistas que visitam pela primeira vez o destino. Estes também têm tendência a fazer uma longa viagem diária enquanto os repetentes realizam uma série de incursões mais curtas, retornando ao hotel intermitentemente durante o dia.

Caldeira (2014) refere que os turistas repetentes (26% dos inquiridos) tendem a fazer uma visita mais longa, indo mais frequentemente a centros comerciais e fazendo mais compras, o que vai ao encontro de Lau & McKercher (2004). Smallwood, Beckley, & Moore (2012) referem que os turistas internacionais, maioritariamente a realizar uma primeira visita, tendem a um comportamento espacial mais amplo visitando uma área mais extensa, enquanto os turistas domésticos, encontrando-se maioritariamente a repetir a visita, escolhem ficar nas proximidades do seu alojamento. Xia *et al.* (2009) verificaram também que os turistas que visitam o destino pela primeira vez tendem a seguir outros grupos de turistas e que quanto mais familiarizados os turistas estiverem com o destino, tendem a seguir os percursos mais curtos para chegar às atrações, refletindo um padrão de comportamento mais economizador no que respeita à escolha do percurso efetuado.

Numa investigação sobre o comportamento espaciotemporal dos turistas de cruzeiros, De Cantis *et al.*, (2016) não encontraram diferenças significativas no comportamento dos passageiros que se encontravam a visitar a cidade de Palermo, tendo sido demonstrado por Espelt & Benito (2018) num estudo mais recente realizado na histórica cidade de Girona, Espanha, que as diferenças entre visitantes repetentes e os que se encontram a realizar a primeira visita não são muito evidentes. Os autores referem que a diversidade de atrações existentes na cidade não são muito grandes pelo que as grandes diferenças encontradas na sua investigação encontram-se no grupo dos

visitantes repetentes, ou seja, entre aqueles que repetiram a visita poucas vezes (1-4 vezes) e aqueles que já visitaram Girona muitas vezes (>4 vezes).

Para a escolha do destino a visitar, a procura de **informação** é crucial (Jacobsen & Munar, 2012) e a necessidade de informação que as pessoas têm são variáveis e habitualmente incompletas (Fodness & Murray 1997, Stewart & Vogt, 1999, citados por Lew & McKercher, 2006) pelo que compreender o destino e escolher que atividades desenvolver é uma capacidade altamente individualista, embora sujeita a considerável influência externa (Lew & McKercher, 2006). Segundo Bauder & Freytag (2015) os estudos publicados sobre **fontes de informação** turística e preparação da viagem focam a sua atenção sobre “onde” e “como” os turistas procuram informações sobre o destino e ainda sobre o tipo de informação pesquisada.

Por conseguinte, as fontes de informação utilizadas pelos turistas podem ser de natureza interna ou externa (Bauder & Freytag, 2015; Jacobsen & Munar, 2012; Lau, 2007; Yasin & Baghirov, 2017) e estão diretamente relacionadas com as experiências de viagem anteriores, ou seja, com o conhecimento prévio do destino. Se um turista visita um destino pela segunda vez irá certamente socorrer-se do conhecimento que já possuiu sobre o mesmo, e se o conhecimento interno for insuficiente, socorrer-se-á de fontes externas como os tradicionais livros guias de viagem, internet, agências de viagem, entre outros (Schul & Crompton, 1983; Vogt & Fesenmaier, 1998; Gursoy & McCleary, 2003 citados por Lau, 2007).

Tideswell & Faulkner (1999) citados por Caldeira (2014) referem que a variedade de fontes de informação nas fases de planeamento pode levar a uma maior dispersão espacial. Além disso, a existência de informação limitada nos destinos, como os horários dos transportes e a ausência de mapas com informação detalhada, contribui para a frustração dos turistas em relação aos movimentos efetuados (Edwards *et al.*, 2009), influenciando o seu comportamento espaciotemporal. Bauder & Freytag (2015) analisaram a influência da preparação da viagem no comportamento espacial dos turistas, concluindo que aqueles que prepararam melhor a sua viagem tendem a organizar a sua estada de uma forma mais eficiente e estruturada permitindo-lhes concentrar-se em lugares específicos, escolhendo também uma variedade de atividades mais dispersas, mesmo fora do centro da cidade.

Yasin & Baghirov (2017) identificaram as fontes de informação mais populares utilizadas pelos turistas e estudaram como a experiência em viajar e o seu sexo influenciam a escolha das fontes de informação. Segundo Lau (2007), a disponibilidade de informação e a forma como os turistas a entendem poderá afetar a escolha dos itinerários, pois

existe um conhecimento subjetivo em relação ao destino que vai sendo obtido durante a pesquisa de informação e que aumenta a familiaridade com o mesmo. Os turistas ficam mais confiantes no planejamento da sua viagem quando estão mais familiarizados com o destino e como consequência irão ter um padrão de movimentos mais extenso (Lau, 2007). Em viagens multideestino à Coreia do Sul, Lee, Chung, & Nam (2019) verificaram que os turistas que não procuram informação *online* executam movimentos em várias direções, visitando outras regiões fora da capital – Seul, enquanto os turistas que preferem as pesquisas online estão mais dependentes da região onde se localiza a capital.

Os turistas mais jovens, por fazerem uso mais intensivo da internet têm sido chamados de “nativos digitais” (Prensky, 2001) e sendo o segmento *backpacker* constituído maioritariamente por turistas mais jovens que organizam a sua visita de forma independente, é expectável que as novas tecnologias desempenhem um papel muito relevante na preparação das suas viagens e até mesmo durante as visitas que realizam a um determinado destino. Na investigação realizada com turistas dinamarqueses e noruegueses em visita a Maiorca, Jacobsen & Munar (2012) verificaram a existência de uma elevada utilização do computador e internet, não só antes como também durante a visita, confirmando que os turistas que ficam interconectados através das redes sociais eletrónicas, como o *Facebook*, utilizam de forma mais intensiva a internet. Segundo Jacobsen & Munar (2012) o sítio oficial de internet da organização responsável pelo marketing do destino (Turismo de Espanha) demonstrou ter uma importância muito reduzida sobre a tomada de decisão dos turistas dinamarqueses e noruegueses de visita a Maiorca.

O **propósito da visita** é uma das principais características ligadas à visita que influencia o comportamento dos turistas nos destinos, quer em viagens multideestino (Becken *et al.*, 2008; Koo *et al.*, 2012; Lue *et al.*, 1993) quer em viagens intradestino multiatração (Edwards & Griffin, 2013; Lew & McKercher, 2006; Ritchie & Dickson, 2007).

Lew & McKercher (2006) referem que os visitantes em negócios e de delegados a convenções, habitualmente com um orçamento temporal mais reduzido, limitam os seus movimentos a fazer compras ou a visitar atrações nas proximidades dos seus hotéis. Por conseguinte, ao estudar o comportamento de turistas em Melbourne, Edwards & Griffin (2013) sugerem a criação de percursos de curta duração que possam ser realizados por turistas conferencistas que nas curtas pausas entre conferências, veem os seus movimentos restritos a uma área muito limitada da cidade.

Relativamente às **motivações e interesses**, Fennel (1996), no seu estudo nas ilhas Shetland, refere que os turistas com interesses especiais consomem o destino de forma diferente, visitando mais atrações secundárias e passando mais tempo nos lugares/atrações visitadas. Mckercher & Lau (2008) encontraram também diferenças nos padrões de movimento entre os *clusters* construídos de acordo com as motivações dos turistas. Segundo Le-Klähn *et al.* (2015) os turistas com motivações relacionadas com a exploração do destino têm um efeito positivo na extensão geográfica visitada. Além disso, os visitantes mais interessados em aspetos culturais e em paisagens, viajarão mais longe para ver mais. Masiero & Zoltan (2013) relacionam as motivações dos turistas com a escolha do meio de transporte, verificando que motivações relacionadas com a visita a lugares históricos e experimentação de novas comidas têm uma correlação positiva com o número de regiões visitadas.

O **grupo de vista**, ou seja, o **número de elementos, tipo de grupo, presença de crianças**, entre outros, correspondem a uma importante característica da visita analisada em diversos estudos (Becken *et al.*, 2008; Caldeira, 2014; De Cantis *et al.*, 2016; Dejbakhsh *et al.*, 2011; Edwards *et al.*, 2009; Espelt & Benito, 2006; Le-Klähn *et al.*, 2015a; Moore, Smallman, Wilson, & Simmons, 2009; Ritchie & Dickson, 2007; Shoval *et al.*, 2015; Xia *et al.*, 2010; Zakrisson & Zillinger, 2012). Os grupos organizados têm uma maior restrição na escolha dos meios de transporte, nos destinos visitados, nas expressões de interesse e na alocação do seu orçamento temporal (Lew & McKercher, 2006).

O **tamanho do grupo** de visita também foi analisado por Caldeira (2014), tendo sido identificados resultados estatisticamente significativos no cruzamento com diversas variáveis, como a duração da visita, em que os turistas com 2 ou mais acompanhantes registaram uma distância total percorrida superior a quem escolheu realizar a sua visita apenas com 1 acompanhante, contrariando Koo *et al.* (2012) onde grupos de viagens maiores estão associados com maior dispersão em comparação com viajantes individuais, sugerindo que a dispersão está relacionada à heterogeneidade de preferências. Ao viajar em grupo, a heterogeneidade das preferências dos lugares a visitar tenderá a aumentar (Tideswell & Faulkner, 1999) pelo que a viagem em grupo tem vindo a ser associada a uma maior dispersão territorial (Koo *et al.*, 2012). Ainda segundo Caldeira (2014), quem teve apenas um acompanhante na sua visita a Lisboa, visitou com maior frequência um museu e quem teve 2 ou mais acompanhantes visitou com maior frequência uma atração de vida selvagem.

A **presença de crianças no grupo** de viagem é um outro fator a ter em conta. As famílias que viajam com várias crianças, são também muito cautelosas com os preços dos alojamentos, grupos que viajam com crianças muito pequenas dão preferência a atrações e atividades mais orientadas e adequadas a essas faixas etárias (Moore *et al.*, 2009) como verificou Caldeira (2014), quem visitou Lisboa acompanhado com crianças também visitou com maior frequência o jardim zoológico e centros comerciais. A mesma autora verificou que os turistas que realizaram a visita acompanhados por crianças registaram uma percentagem de tempo em movimento inferior confirmando-se que a presença de crianças pode inibir a amplitude de movimentos e atrações visitadas como descrito por Becken *et al.* (2008), Koo *et al.* (2012) e Moore *et al.* (2009). Ritchie & Dickson (2007), citados por Caldeira (2014) referem ainda a existência de algumas diferenças nas atrações visitadas entre mulheres que viajavam com e sem crianças.

O **orçamento temporal** dos turistas é uma importante característica relativa à visita, que condiciona fortemente o seu comportamento espaciotemporal (Caldeira, 2014; Edwards *et al.*, 2009; Fennel, 1996; Keul & Kühberger, 1997; Lau & McKercher, 2006; Le-Klähn *et al.*, 2015a; Lew & McKercher, 2006; Masiero & Zoltan, 2013; Mckercher & Lau, 2008; Ritchie & Dickson, 2007; Shoval *et al.*, 2015; Shoval & Raveh, 2004; Zakrisson & Zillinger, 2012). A **duração e fase da estada** têm impacte, por exemplo, no número de atividades ou atrações que podem ser visitadas ou na perceção das distâncias a percorrer (Lew & McKercher, 2006). Mckercher & Lau (2008) encontraram diferenças entre os movimentos dos turistas efetuados no dia de chegada, no último dia da estada e nos restantes dias, verificando que no primeiro e último dia da visita, os turistas tendem a confinar os movimentos às imediações do hotel. No que respeita à fase da estada, Zakrisson & Zillinger (2012) encontraram diferenças pouco significativas nos padrões de movimento, salientando que o movimento não depende necessariamente apenas da pessoa em si, mas também da situação.

A investigação realizada por Caldeira (2014) confirmou que as estadas mais longas promoveram a dispersão espacial e a amplitude multiatração tal como verificado por Fennel (1996) e Zillinger (2007) pelo que a visita a atrações mais distantes, associada a uma estada mais longa, tem como consequência uma maior amplitude territorial (Mckercher & Lau, 2008; Shoval & Raveh, 2004). A opção por uma visita organizada em Lisboa foi decrescendo à medida que a estada aumentou, em linha com o facto dos *city tours* (transporte comercial/turístico) encontrarem-se associados a estadas mais curtas (McKercher & Lau, 2008).

Na investigação realizada por Caldeira (2014), os turistas com estada mais curta, de 1 a 3 noites afastaram-se menos, durante o dia de visita, do alojamento do que os turistas que ficaram 4 a 5 noites e ainda menos dos que pernoveram 6 ou mais noites. Os turistas com estada de 1 a 3 noites visitaram mais atrações e realizaram mais atividades do que os turistas com a estada mais longa, de 6 ou mais noites, confirmando que uma estada mais curta pode induzir o turista a ver o máximo possível no menor período de tempo (Mansfeld, 1990, citado por Koo *et al.*, 2012) compensando uma estada mais curta com uma maior mobilidade por dia (Zillinger, 2007), pelo que os turistas devido aos seus constrangimentos temporais, procuram ver o maior número de atrações possível durante o seu processo de exploração (Xia, 2007).

A **organização da visita** é uma outra característica a ter em conta no estudo do comportamento espaciotemporal dos turistas (Caldeira, 2014; Espelt & Benito, 2006; Koo *et al.*, 2012; Lew & McKercher, 2006; Mckercher & Lau, 2008; McKercher *et al.*, 2006; Xia *et al.*, 2010). Embora não explorando pormenorizadamente o impacto da presença de guias turísticos no comportamento espaciotemporal dos visitantes, Espelt & Benito (2006) referem que tal como outras características da visita, também a presença de um guia foi tida em consideração na diferenciação dos *clusters* de turistas. Xia *et al.* (2010) também encontrou diferenças nos padrões de movimento entre os turistas que viajavam em grupo organizado e os turistas que viajavam sozinhos e com familiares ou amigos.

No seu artigo sobre a forma como os turistas consomem um destino, McKercher *et al.* (2006) referem que os turistas que optam por fazer um *tour* pela cidade de Hong Kong são mais cautelosos em relação aos movimentos que efetuam, facto reforçado por Mckercher & Lau (2008) por alguns turistas demonstrarem relutância em visitar lugares afastados do hotel sem a presença de um guia turístico. Caldeira (2014) verificou que os turistas que optaram por uma visita organizada registam uma distância total percorrida superior a quem escolheu realizar a sua visita de forma independente, registando uma percentagem superior do tempo em movimento, visitando com maior frequência uma zona histórica/urbana. Por conseguinte, a participação em visitas organizadas potenciou a amplitude do comportamento espaciotemporal, como indicado por Koo *et al.* (2012).

Nos estudos publicados sobre o comportamento espaciotemporal dos turistas num contexto intradestino, o grupo de viagem tem sido uma das variáveis analisadas no âmbito das características da visita, pois os turistas visitam habitualmente um destino com o seu grupo de viagem. Mas como os turistas *backpackers*, procuram

tendencialmente uma interação social durante as suas viagens no sentido de estabelecerem amizade com outros e conhecerem novas pessoas (Brzózka, 2012; Chen *et al.*, 2014; Hecht & Martin, 2006; Larsen *et al.*, 2011; Loker-Murphy, 1997; Loker-Murphy & Pearce, 1995; Maoz, 2007; Mohsin & Ryan, 2003; Murphy, 2001; Oliveira-Brochado & Gameiro, 2013; Paris & Teye, 2010; Pearce *et al.*, 2009; Riley, 1988), associando-se por vezes, a outros viajantes (Mohsin & Ryan, 2003; Loker-Murphy, 1997; Oliveira-Brochado & Gameiro, 2013; Paris & Teye, 2010), procurando também relações mais íntimas e românticas (Chen *et al.*, 2014; Larsen *et al.*, 2011; Maoz, 2007; Mohsin & Ryan, 2003; Pearce *et al.*, 2009) quer com outros viajantes quer com locais (Hsu, Wang, & Huang, 2014; Loker-Murphy, 1997; Paris & Teye, 2010; Riley, 1988), nem sempre as visitas ao destino são realizadas com o mesmo grupo de viagem. Um *backpacker* que viaja sozinho pode visitar a cidade sozinho ou acompanhado de outros *backpackers* que entretanto conheceu e um *backpacker* que viaja com um grupo de amigos pode visitar uma cidade sozinho. Por conseguinte, considerou-se pertinente diferenciar e proceder a uma análise exploratória, um conjunto de variáveis relativas à viagem (quadro 18).

Ao viajarem em grupo, os turistas têm de negociar um conjunto de atividades aceitáveis para todos, pelo que a dinâmica de grupo também pode influenciar os movimentos (Lew & McKercher, 2006). Os grupos organizados restringem também a escolha do meio de transporte, os destinos visitados, interesses e alocações dos orçamentos temporais (Lew & McKercher, 2006). Sendo assim, além do grupo de visita, analisou-se também a influência do grupo de viagem, no sentido de perceber se os *backpackers* que viajam com e sem acompanhantes têm comportamentos espaciotemporais distintos. O tamanho do grupo de viagem foi também incluído na análise.

Quadro 19. Características da viagem

Características da viagem
- Duração da viagem (longa e de curta duração)
- Tipologia de viagem (viagem exclusiva ao destino; viagem nacional multidestino e viagem multidestino internacional);
- Grupo de viagem (dimensão).

Fonte: Construção do autor.

A duração das viagens realizadas por turistas *backpackers* e seus subsegmentos tem sido alvo de análise na literatura (Richards, 2015), embora ainda não tenha sido analisada a sua relação com o comportamento espaciotemporal. Os *backpackers* que se encontram a fazer uma viagem de longa duração têm habitualmente um plano de viagem que envolve a visita a vários países e/ou a várias cidades o que poderá influenciar o número de atrações a visitar, o número de atividades a realizar, a distância percorrida em cada dia de visita, entre outros. À medida que o tempo em viagem vai

passando será natural que o cansaço se vá acumulando e que o orçamento temporal dedicado às visitas seja influenciado. Será por isso realizada uma análise exploratória à influência da duração da viagem (longa ou curta duração) no comportamento espaciotemporal na visita a um destino urbano, considerando-se como viagem de longa duração aquela que se estender por mais de 7 dias (Richards, 2015).

Além da duração da viagem será ainda analisada a tipologia da viagem que os *backpackers* se encontram a fazer: viagem exclusiva ao Porto; viagem multidestino a Portugal e viagem multidestino internacional.

4.5. Conclusão

A nível internacional, o interesse pelo comportamento espaciotemporal dos turistas tem vindo a crescer mas em Portugal são ainda em reduzido número as investigações que se debruçaram sobre este tema, com foco, sobretudo, no destino urbano Lisboa. Continua, por isso, a existir “*um desconhecimento sobre a lógica que rege o movimento dos turistas no destino*” (Hernández, 2003, p.105 citado por Caldeira, 2014, p.101), nomeadamente nos principais destinos turísticos do nosso país.

A revisão da literatura efetuada neste capítulo centrou-se essencialmente no comportamento espaciotemporal dos turistas em destinos urbanos multiatração, tendo sido apresentada uma breve análise histórica e respetiva evolução dos trabalhos mais relevantes publicados até ao momento. Conhecida a importância da análise dos movimentos efetuados nos destinos ao nível do planeamento e gestão, no desenvolvimento de infraestruturas de apoio e transportes ou ao nível da redução dos impactos da atividade turística, entre outros, justifica-se o interesse pela análise do comportamento espaciotemporal de um importante segmento de turistas independentes de visita a um destino urbano.

Descreveram-se posteriormente os principais modelos de análise que têm vindo a ser utilizados, tendo-se destacado o contributo da geografia temporal, onde a análise de processos dinâmicos, como os percursos numa área urbana, são analisados simultaneamente de forma contínua e sequencial, quer no espaço quer no tempo.

Seguiu-se a conceitualização do movimento espaciotemporal dos turistas no qual se destaca o importante contributo de Caldeira (2014) e Caldeira & Kastenzholz (2019) no que diz respeito à operacionalização de um conjunto de dimensões e fatores de análise: dimensão movimento (territorialidade, linearidade, orientação e locomoção) e dimensão multiatração (intensidade e especificidade), que no seu conjunto constituem uma

importante ferramenta de análise do comportamento espaciotemporal dos turistas num contexto urbano multiatração.

Os fatores que influenciam os movimentos dos turistas foram igualmente explorados, tendo-se distinguido os fatores relativos às características do turista como as características sociodemográficas dos turistas, que relacionam o comportamento do turista no tempo e no espaço com a sua idade, sexo, rendimentos familiares, habilitações literárias, entre outros; o conhecimento geográfico dos destinos ou características dos destinos e ainda as características da visita. A estas fatores de influência foram adicionadas as características da viagem que os turistas *backpackers* se encontram a realizar, com o intuito de proceder a uma análise exploratória da influência dessas características no seu comportamento espaciotemporal.

Um outro fator de diferenciação desta investigação em relação a outros estudos relativos ao comportamento espaciotemporal de turistas num destino urbano é a análise da influência das fontes de informação utilizadas na preparação da visita e durante a visita ao destino. Com exceção do trabalho de Bauder & Freytag (2015) que demonstrou a existência de diferenças nos padrões de movimento entre turistas que preparam bem a visita e entre turistas que não fizeram uma boa preparação da visita à cidade de Freiburg, o impacto da preparação da visita no comportamento espaciotemporal intradestino dos turistas não foi ainda devidamente analisado, nomeadamente, o impacto das fontes de informação consultadas e respetivas consequências ao nível da territorialidade, linearidade, locomoção, orientação, intensidade e especificidade.

No capítulo seguinte apresentam-se e discutem-se as técnicas utilizadas na recolha de dados relativos aos movimentos efetuados pelos turistas.

Capítulo 5. Métodos e técnicas de recolha de informação em estudos sobre o comportamento espaciotemporal dos turistas

5.1 Introdução

Compreender como os turistas se deslocam dentro de uma cidade e como eles escolhem o seu caminho desde um determinado ponto de interesse para o outro, não é algo que se possa descobrir através da observação subjetiva (Edwards, Dickson, Griffin, & Hayllar, 2010 citado por Caldeira, 2014). Por conseguinte, estudar o comportamento espacial e temporal dos turistas, isto é, os seus movimentos físicos no espaço e no tempo, implica recorrer a um conjunto de técnicas que permitam o rastreamento dos seus movimentos (Xia *et al.*, 2011).

Pretende-se com este breve capítulo, apresentar e discutir as principais técnicas de recolha de dados em estudos sobre o comportamento espaciotemporal dos turistas, selecionando e justificando a mais adequada a esta investigação. As técnicas de recolha de dados podem ser categorizadas como tradicionais ou como técnicas modernas, se recorrerem à utilização de novas tecnologias como o Sistema de Posicionamento Global, conhecido por GPS, o rastreamento de sinais de telemóvel ou a recolha e tratamento de informação georreferenciada disponível nas redes sociais como o *facebook*, *twitter*, entre outros.

Como um dos aspetos inovadores desta investigação, sobretudo em Portugal, é a utilização de uma aplicação (*app*) de *smartphone* de acesso livre para georreferenciar os movimentos dos turistas *backpackers* durante um dia de visita a um destino urbano, explora-se e discute-se com mais pormenor a sua utilização.

5.2. Técnicas tradicionais e modernas de rastreamento

Os primeiros trabalhos no âmbito do comportamento espacial e temporal dos turistas envolveram a aplicação de técnicas e métodos tradicionais como a observação participada e observação à distância, diários de viagem, questionários, entrevistas e diários fotográficos. Caracterizadas pela facilidade e reduzidos custos de implementação já foram utilizadas por um grande número de investigadores, entre os

quais, Murphy & Rosenblood's (1974), Cooper's (1981), Lew's (1987) citados por Shoval & Isaacson (2007), por Debbage (1991), Fennel (1996), Keul & Kühberger (1997), McKercher, Wong, & Lau (2006) entre outros. A utilização de diários de viagem, onde os turistas registam o seu comportamento espacial ao longo da sua estada, têm sido caracterizados por uma baixa fiabilidade. E se na observação, há contacto e comunicação profunda e um rastreamento flexível dos turistas, a aplicação de questionários, apenas permite obter informações aproximadas do comportamento espaciotemporal dos turistas (Xia, 2007). A influência do investigador no objeto de estudo levanta também problemas de ética e validade da informação recolhida (Grinberger *et al.*, 2014) e os turistas têm dificuldades em lembrar-se e em descrever todos os percursos efetuados (Thimm & Seepold, 2016). As técnicas tradicionais são por isso descritas como sendo intrusivas, com baixa resolução, de aplicabilidade demorada e de amostragem reduzida (Xia, 2007) necessitando de um trabalho muito intensivo e muitas vezes dispendioso (Versichele *et al.*, 2014), além de serem distrativas e cansativas para o reduzido numero de turistas que aceitam participar nestas investigações (Shoval & Isaacson, 2007b). Thimm & Seepold (2016) acrescentam ainda que a duração da visita em cada atração também não pode ser devidamente recolhida.

Mas os avanços tecnológicos dos últimos anos relativamente às tecnologias da informação e comunicação resultaram no surgimento e progressiva aplicação de um conjunto variado de técnicas de rastreamento que têm permitido recolher informação georreferenciada de alta resolução sobre os movimentos dos turistas, que pode ser trabalhada em ambiente SIG (Sistemas de Informação Geográfica) e que tem a vantagem de conseguir explorar e interpretar bases de dados, cada vez maiores e mais complexas (quadro 20).

A aplicação de **métodos e técnicas modernas** recorrem à utilização de aparelhos de GPS (Global Positioning System), sistema de rastreamento telefónico, cartões/passes de visita, soluções híbridas, aplicações para *smartphones* (APP), rastreamento por Bluetooth, informação georreferenciada partilhada em redes sociais, entre outras. Em algumas dessas técnicas, a influência do investigador no processo de escolha dos dados é nula, sendo por isso menos intrusivas. São, em geral, técnicas mais eficientes e precisas, comparadas às técnicas tradicionais de rastreamento e diminuem as responsabilidades dos participantes, não estando dependentes do seu entusiasmo e da sua memória. Permitem produzir informação espaciotemporal de alta resolução que possibilitam analisar, entre outros, o comportamento espacial e temporal individual (Grinberger *et al.*, 2014). A tecnologia GPS é também uma tecnologia madura e de fácil

utilização (Xia, 2007) que permite, como referido anteriormente, o tratamento dos dados georreferenciados em sistemas de informação geográfica.

Numa profunda revisão da literatura sobre a utilização de modernas tecnologias de rastreamento em investigações ligadas ao turismo, Shoval & Ahas (2016), fazem referência à existência de três gerações distintas de estudos: a primeira, focada essencialmente nas potencialidades e dimensões metodológicas das novas técnicas de rastreamento, como por exemplo os trabalhos de Shoval & Isaacson (2007) ou Shoval (2008); a segunda geração foca-se essencialmente na riqueza da informação espaciotemporal recolhida (Caldeira & Kastenholz, 2015; Grinberger *et al.*, 2014; McKercher, Shoval, Ng, & Birenboim, 2012; Shoval, Isaacson, & Birenboim, 2009, entre outros); a terceira geração recorre à utilização de outras fontes de dados que tentam dar respostas a questões fundamentais do turismo e do comportamento do consumidor como por exemplo, os trabalhos de Ahas, Aasa, Mark, Pae, & Kull (2007), Ahas, Aasa, Roose, Mark, & Silm, (2008), Hawelka *et al.* (2014), Kádár (2014), Versichele, Neutens, Delafontaine, & Van de Weghe (2012), entre outros.

Shoal & Ahas (2016) destacam ainda a existência de duas abordagens referentes à utilização de modernas tecnologias de rastreamento em investigações ligadas ao turismo: a utilização de tecnologia GPS onde salientam o indispensável contacto inicial com o turista e o necessário contacto final onde o equipamento é recolhido (Bauder *et al.*, 2014; Caldeira, 2014; De Cantis *et al.*, 2016; Edwards & Griffin, 2013; Edwards *et al.*, 2009; Grinberger *et al.*, 2014; McKercher *et al.*, 2012; Pettersson & Zillinger, 2011); e uma segunda abordagem, baseada na recolha de uma grande quantidade de dados de redes que georreferenciam os seus clientes, como por exemplo, as redes de telemóveis, redes sociais como o Twitter, Flickr, entre outros (Ahas *et al.*, 2007, 2008; Hawelka *et al.*, 2014; Kádár, 2014; Versichele *et al.*, 2012). Dentro desta segunda abordagem em que uma grande quantidade de dados é extraída de redes que georreferenciam os seus utilizadores, temos métodos e técnicas como a localização passiva de telemóveis (Ahas *et al.*, 2007, 2008; Raun *et al.*, 2016; Tiru *et al.*, 2010), o uso de cartões/passos de visita (Zoltan & McKercher, 2014) e ainda textos e fotografias georreferenciadas partilhadas em redes sociais de que são exemplo os trabalhos de Hawelka *et al.* (2014), Kádár (2014) ou Meini *et al.* (2013), caracterizadas, segundo Shoal & Ahas (2016), por possuírem menos pontos de observação e menor precisão espacial e temporal.

Quadro 20. Vantagens e desvantagens das modernas tecnologias de rastreamento

Técnica	Vantagem	Desvantagem
Rastreamento com GPS (a)	Elevada resolução Maior precisão e exatidão da informação Grande quantidade de informação Tecnologia madura Fácil de utilizar e transportar Pode ser utilizado em todo o mundo Utilização gratuita do sinal de GPS	Intrusiva Reduzido tamanho da amostra Alcance limitado do estudo em termos de escala geográfica (local, regional) Possíveis bloqueios do sinal GPS devido a edifícios e vegetação mais densa Período de tempo longo para rastrear turistas Risco elevado de perda de equipamento GPS Dificuldade em motivar turistas a participar na investigação Problemas relacionados com a privacidade dos turistas Bateria dos equipamentos limitada (6-9h) Equipamentos dispendiosos
Sistemas de cronometragem (b)	Não é intrusiva Elevada resolução Elevado tamanho da amostra	Dispendiosa Limitada à energia da bateria e à memória do equipamento que armazena os dados
Rastreamento de telemóveis (b)	Não é intrusiva Elevada resolução Baixo custo	Bloqueios do sinal devido a edifícios e vegetação mais densa Problemas relacionados com a privacidade e segurança Não possibilita a aplicação de inquéritos
Rastreamento com PDA (b)	Elevada resolução Permite comunicar com os turistas em tempo real Pode rastrear o seu processo de tomada de decisão	Intrusiva Reduzido tamanho da amostra Possíveis bloqueios do sinal devido a edifícios e vegetação mais densa Risco elevado de perda de equipamento Equipamentos dispendiosos
Cartões inteligentes com <i>chip</i> incorporado (c)	Não é intrusiva Fácil de utilizar Elevado tamanho da amostra Baixo custo	Limitada às atrações visitadas
Rastreamento com Aplicação <i>Smartphone</i> baseada em GPS/GPS-A (d) ou Sistema de rastreamento híbrido	Elevada resolução Maior precisão e exatidão da informação quando utiliza GPS Assistido Fácil de utilizar e transportar Pode utilizar um conjunto de sensores presentes nos <i>smartphones</i> (acelerómetro, bússola, pedómetro, entre outros...) Grande quantidade de informação Pode ser utilizado em todo o mundo Baixo custo Utilizam-se os <i>smartphones</i> dos participantes Possibilidade de rastreamento em tempo real	Intrusiva O download da <i>app</i> necessita de acesso à internet e pode demorar algum tempo Possíveis bloqueios do sinal GPS devido a edifícios e vegetação mais densa Limitada a visitantes com <i>smartphone</i> (enviesamento da amostra) Período de tempo mais ou menos longo para rastrear turistas Problemas relacionados com a privacidade dos turistas Maior precisão e exatidão da informação em áreas urbanas devido à cobertura da rede de telemóvel Limitada à duração da bateria dos <i>smartphones</i> Dificuldade em motivar turistas a participar na investigação
Rastreamento de dados por Bluetooth (e)	Não é intrusiva Elevado tamanho da amostra Deteta visitantes repetidos numa multidão Pode identificar o modo de transporte do visitante Pode ser usado em lugares fechados	Limitada à cobertura dos sensores Deteção de todos os dispositivos pertencentes aos visitantes e locais Não possibilita a aplicação de inquéritos
Informação georreferenciada partilhada em redes sociais (Flickr Tweeter, Facebook, entre outros) (f)	Não é intrusiva Elevado tamanho da amostra Baixo custo Menor esforço no processamento de dados Grande quantidade de dados Alcance ilimitado do estudo em termos de escala geográfica (local, regional, nacional e global)	Não possibilita a aplicação de inquéritos Maior investimento na programação e no desenvolvimento de algoritmos

Fontes: (a) Bauder & Freytag (2015); McKercher *et al.*, (2012); Shoval (2008); Shoval & Isaacson (2007); Shoval *et al.* (2009); Toha & Ismail (2015); Xia (2007).

(b) Xia (2007)

(c) Zoltan & McKercher (2014)

(d) Korpilo, Virtanen, & Lehvävirta (2017); Toha & Ismail (2015); Yun & Park (2014); Yun, Kang, & Lee (2018); Miyasaka, Oba, Akasaka, & Tsuchiya (2018)

(e) Shoval & Ahas (2016); Versichele *et al.* (2014, 2012)

(f) Hawelka *et al.* (2014); Kádár (2014); Meini *et al.*, (2013)

Baseando-se numa base de dados de quase um bilião de *tweets* referentes a 2012, Hawelka *et al.* (2014) tentaram descobrir padrões globais na mobilidade humana, estimando o volume de viajantes internacionais por país de residência.

Utilizando um grande número de fotografias georreferenciadas referentes a várias cidades europeias, disponibilizadas no conhecido sítio de internet www.flickr.com, Kádár (2014) analisou a atividade turística nas mesmas, correlacionando essa informação com um conjunto de variáveis estatísticas, verificando a existência, por exemplo, de boas correlações entre atrações mais fotografadas e o número de visitantes que recebe. Zoltan & McKercher (2014) ao investigarem a utilização dos cartões/passes de visita com *chip* incorporado que permitem a entrada em várias atrações e meios de transporte de um destino suíço e cuja principal e importante desvantagem é a limitação do rastreamento a atrações e transportes aderente, verificaram a existência de vários tipos de utilizadores distinguidos por padrões de movimento espacial e temporal, distintos. Para Shoval & Ahas (2016), estas técnicas apresentam um conjunto de vantagens que passam pelos encargos mais reduzidos e por não serem intrusivas, já que não é necessário abordar pessoalmente os turistas para gravarem os seus percursos. A necessidade de um maior investimento em programação é compensado pelo menor esforço no processamento de dados em relação aos diários de tempo-espço (quadro 20).

Algumas desvantagens, são no entanto associadas a estas técnicas passivas de rastreamento. Por não permitirem a aplicação de inquéritos e/ou entrevistas, não fornecem um conjunto de informações como os padrões de despesa, experiências realizadas, descrições dos processos de tomada de decisões e outras variáveis relativas às características sóciodemográficas e económicas dos visitantes, que segundo Shoval & Ahas (2016) poderão ser ultrapassadas com a utilização de *smartphones* nos rastreamentos.

Além das técnicas de rastreamento já identificadas, Xia (2007) descreve também as vantagens e desvantagens de um conjunto de técnicas de contagem, as suas capacidades e exemplos práticos em que podem ser aplicadas. Refere a existência de sistemas de câmaras de videovigilância, sensores de infravermelhos ativos e passivos, esteiras e almofadas de pressão, detetores magnéticos, micro-ondas e ultrassónicos, entre outros. Contudo, apenas os sistemas de câmaras de videovigilância, os sensores de infravermelhos ativos e passivos, as esteiras e almofadas de pressão poderão ser usados na contagem de turistas. Mas como a autora refere, cada uma das técnicas de contagem e de rastreamento existentes têm um conjunto de vantagens e desvantagens,

pelo que cada investigador deve avaliar a sua escolha tendo em conta os objetivos que pretende atingir. Caldeira (2014, p.115) faz também referência a um conjunto de técnicas e metodologias, como a extração de dados e métodos estatísticos como por exemplo, os modelos de regressão logística e log-linear de Xia *et al.* (2010), análise de *clusters* (Xiao-Ting & Bi-Hu, 2012), análise de rede (Hwang *et al.*, 2006 citado por Caldeira, 2014; Leung *et al.*, 2012) e cadeias de Markov, exploradas por Xia *et al.*, 2009 citados por Caldeira (2014).

Mas é a primeira abordagem, com recurso a tecnologia GPS, a que tem sido mais utilizada internacionalmente, encontrando-se bem documentada na literatura (Birenboim, 2016; Caldeira, 2014; Caldeira & Kastenholz, 2018b, 2018a; De Cantis *et al.*, 2016; Ferrante *et al.*, 2016; Galí & Aulet, 2019; Grinberger *et al.*, 2014; Grinberger & Shoval, 2019; Mckercher & Lau, 2008; McKercher *et al.*, 2012, 2006; Shoval, 2008; Shoval & Isaacson, 2007b; Shoval *et al.*, 2011).

A limitada mas crescente autonomia dos aparelhos de GPS portáteis tem como consequência, por um lado, uma capacidade de rastreamento de algumas horas (entre 8 a 11 horas) e por outro uma limitação espacial no que respeita à escala geográfica da área de estudo, pelos que os trabalhos existentes mais significativos, têm-se focado em áreas urbanas de importantes cidades como Sidney e Melbourne (Edwards & Griffin, 2013), Hong-Kong (McKercher *et al.*, 2012), Paris (Bauder *et al.*, 2014), Lisboa (Caldeira, 2014), de conhecidas cidades históricas de menor dimensão como Jerusalém e Akko (Shoval & Isaacson, 2007b), em pequenas ilhas (Nielsen & Harder, 2010), áreas protegidas (Hallo *et al.*, 2012; Stamberger, van Riper, Keller, Brownlee, & Rose, 2018), entre outros.

5.2.1. Técnica de rastreamento com recurso a tecnologia GPS

O Sistema de Posicionamento Global, conhecido internacionalmente por GPS (*Global Positioning System*), é constituído por uma constelação de 24 satélites divididos por seis planos orbitais com quatro satélites cada, que enviam sinais para um aparelho recetor (o aparelho de GPS), que interpreta esses sinais e informa a localização exata (coordenadas geográficas) do lugar onde o mesmo se encontra, necessitando de utilizar, pelo menos, três satélites.

O GPS assistido (A-GPS) é uma versão melhorada do tradicional GPS. Além do contacto com os satélites, recebe também dados de suporte através da conexão de dados das redes de operadoras de telecomunicações móveis (GPRS, 3G, Wi-Fi, entre

outras). Como se pode observar pelo quadro 21, utiliza os recursos da rede para localizar e utilizar os satélites em condições de sinal fraco permitindo também localizar satélites com mais rapidez e confiabilidade. O GPS Assistido reduz o tempo que um aparelho com GPS leva para localizar a sua posição atual, sendo mais útil em áreas urbanas onde a cobertura da rede móvel é bastante elevada e onde o sinal GPS pode por vezes ser fraco devido à existência de obstáculos como edifícios altos.

Quadro 21. Comparação da tecnologia GPS e GPS Assistido.

	GPS (Sistema de Posicionamento Global)	GPS-A (Sistema de Posicionamento Global Assistido)
Fonte de informação	Sinais radio dos satélites GPS	Sinais radio dos satélites GPS, rede de telemóvel e internet móvel
Velocidade	Pode demorar vários minutos a determinar a localização devido à necessidade de estabelecer contacto com pelo menos quatro satélites.	Determina a localização das coordenadas de uma forma mais rápida por ter maior conectividade com a rede de telemóveis e respetivas torres, do que com os satélites.
Fiabilidade	Os aparelhos de GPS podem determinar a localização com uma precisão de até 1 metro, dependendo do aparelho utilizado.	A localização determinada através de GPS-A depende também da tecnologia incorporada no <i>smartphone</i> . Alguns suportam tanto o sistema GPS (E.U.A) como o GLONASS (Rússia).
Custos	Não há custo de operação porque o dispositivo GPS comunica diretamente com os satélites de forma gratuita.	A utilização contínua de dispositivos de GPS-A têm custos por necessitarem de ligação à rede móvel.
Utilização	Aparelhos GPS portáteis, Automóveis, aviões, navios...	<i>Smartphones</i>

Fonte: Adaptado de http://www.diffen.com/difference/A-GPS_vs_GPS acedido em 22 de agosto de 2016.

Comparando novos métodos de rastreamento de turistas, como o Sistema de Posicionamento Global (GPS), sistemas de rastreamento terrestres com recurso a detetores de frequências de rádio e soluções híbridas como o GPS assistido, Shoal & Isaacson (2007) concluem que a precisão do GPS torna-o na melhor ferramenta para ser utilizada em investigações ligadas ao comportamento espaciotemporal dos turistas, embora saliente que nenhuma destas novas tecnologias substitua a realização de questionários ou entrevistas por serem importantes fontes de informação relativas ao comportamento dos turistas e respetivas motivações.

A recolha de dados georreferenciados permite ainda a utilização de sistemas de informação geográfica, que além de armazenarem uma grande quantidade de dados (van der Knaap, 1999), possibilita trabalhá-los, analisá-los e apresentá-los cartograficamente, facilitando assim a identificação de padrões a partir de um conjunto de critérios específicos (Lau, 2007). Mas a sua intrusividade tem sido apontada por vários investigadores, como uma das principais desvantagens dos estudos sobre o comportamento espaciotemporal dos turistas (McKercher & Lau, 2009; Toha & Ismail, 2015; Xia, 2007; Xia & Arrowsmith, 2005). Além do problema da privacidade dos

participantes, Shoval & Ahas (2016) questionam ainda se os turistas, sabendo que estão a ser rastreados, alteram as suas atividades e comportamentos durante a sua estada.

5.2.2. Rastreamento GPS com recurso a *smartphones*

A penetração de telemóveis em todo o mundo encontra-se perto de 100% e no conjunto dos países desenvolvidos esse valor já foi ultrapassado (World Bank, 2014). Em Portugal, de acordo com a base de dados *online* www.pordata.pt, em 2017, havia mais de 19.42 milhões de assinantes do serviço móvel terrestre e em julho de 2018, o Barómetro de Telecomunicações da Marktest (Marktest, 2018), informa que a 75.8% dos possuidores de telemóvel residentes em Portugal com 10 e mais anos já utilizam *smartphones*. A facilidade de compra e utilização de cartões SIM desbloqueados e os preços decrescentes nas tarifas de *roaming*, como aconteceu recentemente no espaço da União Europeia, poderão também contribuir para potenciar a utilização de *smartphones* entre turistas.

Mais avançados que os tradicionais telemóveis de 1ª e 2ª geração, os *smartphones* e outros dispositivos móveis de telecomunicação como os *tablets*, são verdadeiros computadores com interfaces bastante intuitivos que têm incorporados um conjunto de sensores que incluem várias tecnologias como o GPS, cuja precisão varia consoante o avanço tecnológico do *smartphone*, a identificação e posicionamento através das torres de comunicação, posicionamento Wi-Fi, Bluetooth, acelerómetro, giroscópio, bússola, sensores de luminosidade, microfone, câmara e alguns equipamentos mais avançados, incluem ainda barómetro, termómetro, sensor de humidade e pedómetro (Birenboim & Shoval, 2015; Low *et al.*, 2012; Shoval & Ahas, 2016). Segundo estes autores, as potencialidades decorrentes da sua utilização são inúmeras: rastreamento ao ar livre e em ambientes fechados; utilização de vários sensores em simultâneo, que por estarem combinados, compensam eventuais falhas no rastreamento; e a disponibilização de um conjunto de informações adicionais por parte de outros sensores, como por exemplo, o acelerómetro que ajuda a detetar o modo de transporte utilizado.

A utilização conjunta de vários sensores e tecnologias presentes nos *smartphones* fazem deste aparelho, um verdadeiro sistema de rastreamento híbrido com inúmeras potencialidades. Não obstante, a utilização de *smartphones* em estudos académicos está ainda numa fase inicial (Birenboim & Shoval, 2015; Shoval & Ahas, 2016).

As aplicações (app's) de *smartphone* baseadas em dispositivos GPS oferecem cada vez mais informações mais úteis e práticas sobre o espaço e o tempo (Shoval, 2008; Shoval & Isaacson, 2007b) tendo ainda a vantagem de se associarem com outras tecnologias

como os Sistemas de Informação Geográfica (SIG), *Google Earth*, entre outros (Yun & Park, 2014). Dependendo da *app* utilizada, os dados recolhidos são armazenados no *smartphone* podendo ser partilhados por correio eletrónico, *Dropbox*, *Cloud*, *Google Drive*, redes sociais como *Facebook*, entre outros, ou armazenados automaticamente num servidor (Yun *et al.*, 2018). Algumas aplicações fornecem um interface para visualizar e/ou tratar os dados recolhidos, embora o mesmo possa ser feito em qualquer ambiente SIG (Sistema de Informação Geográfica). Depois de instalada a aplicação e de se iniciar o processo de rastreamento, a mesma trabalha em *background* sem comprometer a utilização de outras funcionalidades do telefone nem a utilização de outras aplicações.

Existem no mercado várias aplicações que efetuam rastreamentos e que podem ser utilizadas em sistemas operativos iOS, *Android* ou *Windows Phone*, entre outros. No entanto, a quase totalidade do mercado de *smartphone* é dominado pelos sistemas *Android* e iOS. Inicialmente desenvolvido pela empresa *Google*, o *Android* concentra a maior parte do mercado por ser de utilização livre e por fazer parte de uma grande aliança chamada *Open Handset Alliance*, um conjunto de empresas que se organizaram para criar padrões abertos para telemóveis. O iOS é desenvolvido pela conhecida empresa norte americana *Apple* em exclusivo para os seus aparelhos, o que limita o número de utilizadores do seu sistema operativo. As *app*'s disponíveis no mercado que realizam rastreamentos sem quaisquer encargos são, na sua maioria, construídas e desenhadas para serem utilizadas em várias atividades desportivas como corrida e ciclismo, caminhadas, montanhismo, entre outros, não permitindo de forma gratuita, uma cabal utilização de todas as suas potencialidades e funcionalidades. Mas algumas *app*'s realizam gratuitamente o rastreamento com grande precisão, permitindo posteriormente partilhar a informação recolhida através do envio de um ficheiro com extensão GPX¹⁴, KML, entre outros, que fornece os percursos, trajetos, pontos de paragem e informações sobre a localização, altitude e duração dos movimentos efetuados.

A grande concorrência a nível mundial entre os diversos fabricantes de *smartphones* conduz à existência de um outro constrangimento: a existência de vários sistemas operativos existentes nos *smartphones* para os quais não existe a mesma *app*, sendo por isso necessário selecionar pelo menos duas aplicações que consigam fazer

¹⁴ De acordo com o sítio de internet www.topografix.com/gpx.asp, um ficheiro GPX (*GPS Exchange Format*) é um ficheiro de dados "pouco pesado", com formato XML para o intercâmbio de dados de GPS (pontos, linhas) entre aplicações e serviços disponíveis na internet, bem como o seu manuseamento num sistema de informação geográfico.

rastreamento de grande precisão com equipamentos com sistemas operativos Android e iOS.

Numa investigação realizada na Alemanha, Thimm & Seepold (2016) desenvolveram uma aplicação GPS para *Android*, já que, segundo os autores, nenhuma das existentes no mercado disponibilizava uma interface aberta e livre para analisar os dados recolhidos na forma pretendida. Ao testar a sua eficácia, compararam a sua utilização com um equipamento GPS e verificaram que a maior parte dos turistas abordados e que aceitaram participar no estudo, acabavam por não fazer o *download* da aplicação para os seus *smartphones*. Apenas dois turistas se registaram e apenas um fez o rastreamento dos seus movimentos. Outro obstáculo encontrado pelos investigadores foi o enviesamento da amostra já que a área em estudo é habitualmente visitada por turistas mais velhos, com mais relutância em relação à utilização de novas tecnologias. Apesar de Thimm & Seepold (2016) concluírem que esta técnica de rastreamento tem potencialidades para futuras melhorias em relação às suas funcionalidades, consideram-na invasiva, contribuindo para a falta de cooperação dos turistas, como já referido por McKercher & Lau (2009). No entanto, uma *app* GPS foi utilizada com sucesso por Yun & Park (2014) e Yun, Kang, & Lee (2018) na análise do movimento espacial e temporal de visitantes de um festival numa área rural da Coreia do Sul e na área urbana de Seul, respetivamente. No primeiro caso, a maioria dos visitantes que foram abordados e que aceitaram participar no estudo (n=95) durante cinco dias, instalaram a *app* nos seus *smartphones* e 72,6% reenviaram aos investigadores a informação recolhida durante os cinco dias do evento. No segundo estudo, os dados foram recolhidos intermitentemente durante um período de dois anos tendo participado 554 turistas. No entanto, apenas 61.19% dos participantes (n=339) fizeram o carregamento da informação rastreada para a plataforma TranGGle GPS (<http://www.tranggle.com>), tendo sido validados e utilizados 233 rastreamentos, o que corresponde a 42.06% (Yun *et al.*, 2018).

Convém realçar que mesmo com a utilização destas novas tecnologias, os investigadores recorrem habitualmente à aplicação simultânea de questionários de forma a recolher, por exemplo, as características sociodemográficas e económicas dos participantes. Os questionários permitem a triangulação da informação recolhida via GPS, contribuindo para balancear e neutralizar algumas desvantagens do mesmo (Thimm & Seepold, 2016).

Utilizando uma aplicação GPS num *smartphone*, continua-se a ter algumas das limitações: reduzida amostra de turistas rastreados, longo período de tempo necessário

para proceder ao rastreamento, além de intrusiva continua a dificuldade em motivar os turistas a participar no estudo e a duração limitada da bateria do equipamento GPS e dos *smartphones*. No entanto, a limitação da tecnologia GPS devido aos bloqueios do sinal devido a edifícios mais altos e a vegetação mais densa, pode ser ultrapassada com o recurso ao GPS Assistido e à utilização de um conjunto de outras tecnologias como as torres da rede de telemóvel da operadora ou a ligação a rede Wi-Fi ou 3G. Embora tenha grande precisão nas áreas urbanas devido à elevada cobertura das redes de telemóvel, continua a ser uma tecnologia limitada à energia disponível pela bateria do *smartphone* e o necessário contacto pessoal com o turista rastreado, que necessita de autorizar o seu rastreamento, torna esta técnica intrusiva. Tratando-se de uma tecnologia relativamente recente, há ainda a possibilidade de se conseguirem obter participantes mais jovens com consequências no tamanho da amostra e na representatividade dos dados obtidos (Yun & Park, 2014), situação que não se coloca no presente estudo, pelo facto da população alvo ser predominantemente jovem.

Por conseguinte, uma vez que o público-alvo neste estudo é na sua generalidade jovem e adepto das novas tecnologias, que transportam consigo o seu telemóvel pessoal, a tecnologia que será utilizada nesta investigação será o rastreamento com recurso a uma aplicação de *smartphone* que deverá ser descarregada no dispositivo móvel do visitante. Apesar do rastreamento ser feito no destino urbano Porto, onde existe uma excelente cobertura da rede de telemóveis, haverá sempre o risco de perda do sinal de GPS em ruas mais estreitas e com edifícios mais altos, como na Ribeira ou no bairro da Sé, e em alguns lugares com vegetação mais densa como o Parque da Cidade ou os jardins do Palácio de Cristal. Um dos principais problemas inerentes à utilização desta tecnologia é o elevado consumo da bateria dos *smartphones*, problema que tem vindo a ser resolvido pelos fabricantes das principais marcas cujos novos modelos permitem uma maior duração da bateria (6-9 horas). Numa investigação realizada por Miyasaka, Oba, Akasaka, & Tsuchiya (2018), os autores tentaram ultrapassar este eventual problema oferecendo aos participantes baterias compatíveis com todos os telemóveis.

Como o objetivo é o rastreamento de um dia de visita à cidade do Porto, a seleção e utilização desta técnica parece ser adequada. As *app's* de *smartphone* têm ainda um potencial muito grande em estudos aplicados ao turismo. Com o contínuo desenvolvimento tecnológico, a utilização dos sensores presentes nos *smartphones* permitirão compreender não só sentimentos objetivos como também sentimentos subjetivos transmitidos por turistas. A conexão dos sensores internos a sensores externos localizados em diversos lugares e atrações poderão facilitar as investigações

ligadas ao comportamento espaciotemporal dos turistas (Shoval & Ahas, 2016). Segundo estes autores, com a utilização dos *smartphones* será também possível administrar questionários *online*, antes, durante e após a visita, permitindo ainda rastrear grandes quantidades de participantes que poderão partilhar informação em tempo real. Outra potencialidade é a possibilidade de gamificação do processo de rastreamento, de que é exemplo, o projeto teórico apresentado por Signoretti & Martins (2017) que intersecta as potencialidades tecnológicas dos *smartphones* com as dimensões de análise do comportamento espaciotemporal dos turistas, propostas por Caldeira (2014) e publicadas recentemente por Caldeira & Kastenholz (2019). Tendo em conta as limitações das tecnologias existentes e as necessidades inerentes às pesquisas sobre comportamento espaciotemporal dos turistas, Signoretti & Martins (2017) apresentam um modelo teórico relativo à criação de um novo aplicativo de *smartphone* que permite realizar o acompanhamento dos movimentos turísticos durante um dia de visita ou de toda a estada, sem necessidade de recorrer aos tradicionais dispositivos de GPS portáteis. Usando a informação gerada por GPS-A, acelerómetro, compasso digital e relógio digital, juntamente com as meta-informações fornecidas pela câmara do *smartphone*, podem ser obtidos um conjunto de dados que permitem analisar todas as variáveis de uma maneira muito precisa. As dificuldades inerentes à motivação da participação dos turistas na investigação pode ser reduzida através do processo de gamificação. Além de criar um ambiente lúdico que ajuda a tornar a visita mais divertida e interessante, os participantes sentir-se-ão também encorajados a participar e a fornecer os dados necessários, dando ainda a oportunidade de gravarem toda a sua estada com rotas, fotos e vários comentários que podem ser partilhados em redes sociais. Há também a possibilidade da introdução de ofertas, como descontos em hotéis e/ou atrações, de forma a incentivar os turistas a utilizarem a *app*.

5.3. Conclusão

Procedeu-se, neste capítulo, à apresentação das principais técnicas utilizadas na recolha de dados relativos ao comportamento espaciotemporal dos turistas, com foco nas técnicas modernas, nomeadamente na utilização de aplicações (*app's*) de *smartphone* que recolham dados georreferenciados.

Analisadas as vantagens e desvantagens das várias técnicas modernas de recolha de dados e tendo em conta que o segmento de mercado em estudo nesta investigação é constituído maioritariamente por turistas jovens, pareceu oportuno optar pela utilização de uma aplicação GPS de *smartphone* gratuita e de licença aberta.

Como foi possível verificar, as *app's* têm uma grande capacidade de adaptação e personalização já que os seus conteúdos podem ser continuamente alterados, adicionados ou removidos de acordo com as necessidades da investigação (Birenboim & Shoval, 2015) pelo que o desenvolvimento de novas *app's* permitirão, por exemplo, reduzir os custos de rastreamento sem haver necessidade de um contato pessoal no início e no fim do rastreamento resolvendo assim o problema da intrusividade (Shoval & Ahas, 2016): uma das principais desvantagens apontadas em vários estudos.

Capítulo 6. Metodologia

6.1. Introdução

Nos capítulos anteriores apresentou-se o tema de investigação, os objetivos gerais e específicos e o respetivo desenho da investigação, procedeu-se ao seu enquadramento na atividade turística e realizou-se uma revisão da literatura relativa ao turismo *backpacker*, ao comportamento espaciotemporal dos turistas e respetivas técnicas de recolha de informação, dando ênfase aos principais conceitos, dimensões de análise e fatores determinantes do comportamento espacial e temporal dos turistas.

Neste capítulo, desenvolve-se toda a metodologia que visa dar resposta ao problema de pesquisa e aos seus objetivos, apresentando o processo de investigação e respetiva posição filosófica e paradigma(s) subjacentes.

Descrevem-se e discutem-se ainda os métodos da investigação, apresentando também a metodologia adotada, o modelo de investigação e o processo de recolha e análise dos dados. Para a recolha de dados são utilizados inquéritos por questionário, essencialmente de perguntas fechadas e ainda uma aplicação (*app*) GPS de *smarthphone* que permite rastrear os movimentos efetuados pelos turistas durante um dia de visita ao Porto. Discute-se ainda o método de amostragem mais adequado, justificando todas as opções tomadas e descrevem-se as técnicas e *softwares* empregues na análise da informação recolhida bem como os testes estatísticos utilizados na análise quantitativa.

6.2. Paradigmas e métodos de investigação

Segundo Kuhn (1998) todas as disciplinas cientificamente amadurecidas organizam-se de acordo com paradigmas, ou seja, um modelo de investigação através do qual os cientistas desenvolvem a sua atividade. Como a evolução da ciência ocorre numa sequência de crises, revoluções, ruturas e substituições de paradigmas (Kuhn, 1998), as explicações científicas são enquadradas no paradigma vigente. Sendo assim, antes do paradigma estar devidamente constituído, não existe ainda, segundo Kuhn, ciência propriamente dita, encontrando-se os investigadores num período de pré-ciência.

Não quer isto dizer que o Turismo seja uma pré-ciência, mas antes, uma área do conhecimento multidisciplinar sem meios próprios e sem a tal “estrutura lógica distinta” referida por Tribe (1997). Thomas Kuhn sugere assim que o perigo para a investigação do turismo é a sua fragmentação entre as inúmeras disciplinas a que se socorre e que, muitas vezes não falam a mesma linguagem académica (Cooper, 2003, citado por Caldeira, 2014).

Como o turismo é uma importante atividade económica tem vindo a despertar a atenção de muitos investigadores de diferentes áreas do saber. É por isso natural que o seu objeto de estudo seja igualmente diverso tendo em conta a formação de base dos cientistas e que gradualmente tenha havido uma sofisticação metodológica. Marujo (2013, citando Jennings, 2009) refere que em turismo, as metodologias e os métodos não podem ser discutidos sem primeiro considerar os seus significados juntamente com o relacionado termo paradigma. Enquanto teoria ou modelo explicativo da natureza, um paradigma pode ser entendido como um conjunto de conceitos e procedimentos padronizados que orientam a prática científica e que ajudam a explicar novos factos, podendo depreender-se, que os paradigmas suportam teorias a partir de conceitos, servindo “para informar as metodologias e os métodos” (Marujo, 2013, p.7, citando Jennings, 2009, p.672). Ao longo da história da ciência, foram surgindo vários paradigmas aos quais estão associados metodologias e técnicas distintas. Como a investigação em turismo tem sido feita por investigadores das mais diversas áreas científicas, acaba por estar sustentada em diferentes paradigmas, contribuindo para tornar mais complexa a corrente epistemológica que sustenta as investigações em Turismo. Além disso, a diversidade das origens disciplinares de alguns investigadores, contribuiu para que em alguns casos, alguns deles não se encontrem dotados das ferramentas necessárias para analisar e teorizar os processos culturais e sociais complexos (Franklin & Crang, 2001, citados por Marujo, 2013). Sendo assim, e tal como acontece noutras áreas das ciências sociais, também em investigações em turismo convergem múltiplas perspetivas paradigmáticas: positivismo, pós-positivismo, o realismo crítico, o pragmatismo, a teoria do caos e da complexidade, a orientação de teoria crítica, o construtivismo/interpretativismo, o pós-modernismo, e paradigmas participativos (Jennings, 2009, citado por Marujo, 2013). Tribe (2001) propõe a existência de três paradigmas científicos em estudos de turismo: paradigma científico-positivista; paradigma interpretativo e paradigma crítico, sintetizados no quadro 22.

Por esta ordem de ideias, nas investigações em turismo, não existe um único quadro geral de métodos e técnicas. De acordo com a formação base do investigador, a

disciplina na qual se desenvolve a investigação e tendo em conta o objeto de estudo, parece clara a existência de um grande número de procedimentos metodológicos, resultado e consequência da sua multidisciplinaridade.

Quadro 22. Principais características dos paradigmas positivista, interpretativo e crítico.

PARADIGMA CIENTÍFICO-POSITIVISTA	PARADIGMA INTERPRETATIVO OU QUALITATIVO	PARADIGMA CRÍTICO
<ul style="list-style-type: none"> - Associado essencialmente à investigação experimental ou quase-experimental; - Sob o ponto de vista ontológico, a natureza da realidade é única, objetiva, estática, fragmentável, externa, tangível, simplificadora, observável e sujeita a uma ordem; - Concentra-se nos factos verificáveis e que podem resistir a tentativas de falsificação; - Está livre de valores em que o investigador pode assumir uma posição neutra e independente; - Exclui questões de natureza moral ou ética que não podem ser determinadas com base nos factos; - Lógica hipotética-dedutiva: o tipo de conhecimento é generalizações e leis nomotéticas; - A teoria é norma para a prática e a recolha dos dados é controlada; - Tem como finalidade, prever, controlar fenómenos, verificar teorias, construir teorias e procurar leis; - Este paradigma domina a investigação; - Críticas: risco de excessiva sobrevalorização do rigor metodológico com grande relevância para a quantificação dos dados. Tem ainda uma visão particularmente materialista. 	<ul style="list-style-type: none"> - Surge como consequência às profundas críticas feitas ao paradigma positivista; - O seu objetivo é a compreensão do comportamento humano a partir dos próprios pontos de vista daquele que atua; - Recorre a uma observação naturalista e subjetiva: a finalidade da investigação é compreender, interpretar, descobrir significados e hipóteses de trabalho; - Sob o ponto de vista ontológico, a realidade é dinâmica, construída, múltipla, intangível e holística; - Procura tratar o mundo social como 'objeto', estimulando-o a falar por si próprio; - Os valores do investigador exercem influência no processo (incluídos, explícitos e influentes); - Orientado para o processo mais de que para o resultado; - Foca o estudo dos significados e dos sentidos da interação humana, pelo que a relação sujeito/objeto é marcada pela dependência, inter-relação e pela implicação do investigador; - Utiliza recursos e estratégias metodológicas de natureza qualitativa e interpretativa; - Lógica indutiva/descritiva e interpretativa. As construções teóricas emergem da situação; - A recolha de dados é livre. 	<ul style="list-style-type: none"> - Surgiu para contrabalançar o reducionismo da tradição positivista e o conservadorismo do paradigma interpretativo; - A realidade é dinâmica, evolutiva e interativa, estando subjacente a análise do papel das ideologias e os interesses do investigador. Do ponto de vista axiológico, os valores são integrados e compartilhados, pelo que a ideologia e os valores determinam qualquer tipo de conhecimento; - A investigação constrói-se a partir das necessidades naturais da espécie humana e depende das condições históricas e sociais. - A lógica é indutiva; - Do ponto de vista ontológico, a realidade é múltipla, dinâmica, construída, holística, divergente, evolutiva, interativa, participada e histórica; - Nem a ciência nem os procedimentos metodológicos empregues são puros e objetivos. Os participantes convertem-se mesmo em investigadores; - A ciência é apenas um tipo de conhecimento entre outros, pelo que a explicação da realidade não é objetiva nem neutral; - A ideologia e a autorreflexão crítica estão associados aos processos de construção de conhecimento; - A teoria e a prática formam um todo inseparável. Todos os fenómenos são analisados do ponto de vista teórico e prático (ação); - É a ideologia que possibilita a compreensão do real de cada indivíduo, descobrindo os seus verdadeiros interesses; - A relação sujeito/objeto é marcada pela inter-relação por compromisso onde o investigador é mais um dos participantes; - Os indivíduos são agentes ativos da construção e configuração da realidade que tem um sentido histórico e social; - O investigador é participativo; - A finalidade da investigação é libertar, emancipar, melhorar, transformar, criticar e identificar mudanças; - Os defensores deste paradigma não se limitam a descrever e compreender a realidade tal como ela é vivida pelos sujeitos, tentam também vivenciá-la com o claro propósito de transformá-la, para que desperte a consciência crítica em cada indivíduo.

Fonte: Adaptado de Fernandes (1991), Echnner (1999), Tribe (2001), Nechar & Netto (2011), Maranhão (2012), Mira & Ramos (2013) e Marujo (2013).

Por conseguinte, após a apresentação das diferentes concepções epistemológicas, seguem-se os procedimentos metodológicos a aplicar na resolução dos problemas das investigações em turismo.

Quadro 23. Principais características da metodologia quantitativa, qualitativa e crítica

	Paradigma positivista METODOLOGIA QUANTITATIVA	Paradigma interpretativo METODOLOGIA QUALITATIVA	Paradigma crítico METODOLOGIA CRÍTICA
Problemas da investigação	Os problemas surgem das teorias, os conhecimentos são difundidos através da bibliografia científica.	O objeto do problema é conhecer uma situação e compreende-la através da visão dos sujeitos (percepções e sensações).	Os problemas partem de situações reais e têm por objetivo transformar essa realidade vivenciada - partem da ação
Desenho da investigação	Estruturado, existe um projeto inicial onde se especificam as tarefas a realizar.	Aberto, flexível e emergente, é através da observação da análise dos dados que surgem os dados necessários para a investigação.	Dialético, vai-se gerando através do diálogo e consenso no grupo de investigação.
Amostra	Utilizam-se procedimentos estatísticos, a generalização dos resultados faz-se a partir de uma amostra representativa da população.	Não está previamente determinada, vai-se ajustando ao tipo e à quantidade de informação que se precisa em cada momento. Geralmente usam-se amostras pequenas e estatisticamente não representativas.	Os interesses e necessidades dos sujeitos determinam os grupos de investigação, a maior preocupação não é a generalização dos resultados.
Técnicas de recolha de dados	Instrumentos válidos e fiáveis.	Técnicas qualitativas.	Apesar de utilizar procedimentos qualitativos e quantitativos, existe uma maior preocupação nos aspetos qualitativos e na comunicação pessoal.
Análise de recolha de dados	Técnicas estatísticas	A análise e interpretação de dados ocupa uma posição intermédia no processo de investigação. Pretende-se delimitar o problema, avançar hipóteses e determinar conclusões.	Participação do grupo de investigação na análise e interpretação de dados que se realiza através da discussão e pesquisa. Na interpretação dos dados relacionam-se fatores pessoais, sociais, históricos e políticos.
Análise e interpretação de dados	Validade interna e externa, fiabilidade e objetividade	Não existe unanimidade acerca destas questões. Enquanto alguns autores defendem a necessidade de usar critérios científicos de validade e fiabilidade, outros propõe critérios qualitativos (credibilidade, transferabilidade, dependência e confirmabilidade). Contudo todos os autores concordam em utilizar técnicas próprias de validação: triangulação, observação sistemática, etc.	Para que um pressuposto seja válido deve haver o acordo dos outros - validade consensual. A validade recai sobre a ação.

Fonte: Adaptado de Bravo & Eisman (1998).

No seguimento de cada paradigma, podem-se distinguir três metodologias: metodologia quantitativa, metodologia qualitativa e metodologia crítica, sintetizadas no quadro 23. Uma metodologia corresponde ao modo como se processa a pesquisa, as opções tomadas, por exemplo em relação aos instrumentos utilizados, e o caminho percorrido.

A metodologia deve explicar pormenorizadamente, de forma detalhada e rigorosa, todos os passos percorridos de acordo com o método utilizado na investigação.

Ao longo do tempo, nas ciências em geral, tem vindo a dar-se uma valorização exagerada da abordagem quantitativa, tendo-se configurando como “modelo global de racionalidade científica”, apoiada pelo princípio de que o “rigor científico é proporcional ao rigor da medida”, ou seja, a quantificação dos dados é a condição *sine qua non* para que qualquer investigação e conseqüente resultado seja reconhecido como sendo científico (Marujo, 2013, p.11). A investigação em Turismo não é exceção. No entanto, a abordagem qualitativa, menos mensurável e com ferramentas de investigação mais flexíveis tem também sido utilizada.

Num estudo efetuado por Ballantyne, Packer, & Axelsen (2009) sobre artigos publicados nas mais importantes revistas internacionais de Turismo, entre 1994 e 2004, 59% dos artigos analisados usaram uma abordagem quantitativa e o questionário foi a técnica mais utilizada (39%). Apenas 19% dos artigos utilizaram uma abordagem qualitativa e 6% uma abordagem mista. Os restantes 16% foram artigos teóricos. A maioria das investigações utilizaram análises estatísticas (70%) incluindo alguns “*qualitative designs*” (Ballantyne, Packer, & Axelsen, 2009). Este estudo revelou ainda a existência de um aumento dos contributos de investigadores da Austrália, Nova Zelândia e outros países asiáticos, bem como o surgimento do contributo do paradigma interpretativo.

Se a metodologia qualitativa se caracteriza por ser indutiva, subjetiva, por gerar teoria e seguir processos não positivistas, a metodologia quantitativa pode ser caracterizada como dedutiva e objetiva, testando teorias seguindo processos positivistas (quadro 23). Para o aprofundamento do conhecimento científico em turismo, alguns autores defendem a combinação dos dois métodos, considerando que a complementaridade entre ambos é importante para a identificação e análise dos diversos significados sobre o fenómeno turístico em estudo (Marujo, 2013, citando Davies, 2003). No entanto, a opção entre a metodologia qualitativa e quantitativa, deverá ser realizada tendo em conta os objetivos da investigação. Embora alguns investigadores afirmem que a abordagem quantitativa é mais confiável, a abordagem qualitativa permite completar lacunas no conhecimento existente, bem como consolidar as situações em que são detetadas inconsistências nomeadamente entre o que a teoria prevê e os resultados da investigação realizada (Ferreira, 2003). Sendo o turismo um fenómeno multidimensional, qualquer metodologia deve ser selecionada em função dos objetivos de investigação e do tipo de análise que o investigador desejar realizar devendo considerar os métodos qualitativos e quantitativos como abordagens complementares.

O método corresponde, basicamente, ao caminho que se segue para alcançar determinado fim, ou seja, a ordem dos procedimentos a realizar, com o intuito de obter um resultado credível. O método deve, por isso, permitir que seja replicado por outros investigadores. Tradicionalmente, faz-se referência à existência do método indutivo e método dedutivo. Se o método for indutivo temos um processo de observação do particular que, através da consideração de várias observações, conclui uma verdade geral ou universal, no método hipotético-dedutivo já não há uma generalização em função de um certo número de casos observados, procurando uma solução através de tentativas e de eliminação de erros, formulando hipóteses que expliquem o fenómeno (antecipação de fatos) e que será a hipótese provisória até à sua comprovação.

Deduzidas as suas consequências na forma de preposições, as hipóteses são testadas através de experimentação podendo o seu resultado, validar ou invalidar a hipótese inicial. Nesta situação, o contributo de Karl Popper (2005) foi fulcral. Segundo este filósofo, uma teoria só é científica se for empiricamente falsificável, porque apesar de um enunciado singular não ser suficiente para comprovar um enunciado universal, um enunciado singular é suficiente para demonstrar que um enunciado universal é falso (Popper, 2005).

Quadro 24. Positivismo e Pós-positivismo: principais características

QUESTÃO	POSITIVISMO	PÓS-POSITIVISMO
Objetivo	Explicação: predição e controle	
Natureza do conhecimento	Verificar hipóteses fatos e leis	Hipóteses não falsificadas; Fatos ou leis prováveis.
Acumulação do conhecimento	Acumulação de “blocos de conhecimento” acrescentados ao “edifício do conhecimento”; Ligações de causa e efeito.	
Crítérios de qualidade	Marcos convencionais de “rigor”; Validade interna e externa; Confiabilidade e objetividade.	
Valores	Excluídos: influência negada	
Ética	Extrínseca	
Participação	“Cientista desinteressado” informante de tomadores de decisão e de agentes de mudança	
Técnicas e teorias	Técnico e quantitativo	Técnico quantitativo e qualitativo
	Teorias substantivas ^(a)	
Acomodação	Comensurável	

Nota: (a) Esquema explanatório sob o ponto de vista teórico-prático.

Fonte: Adaptado de Guba & Lincoln (1994) citado por Trevisan (2003) in

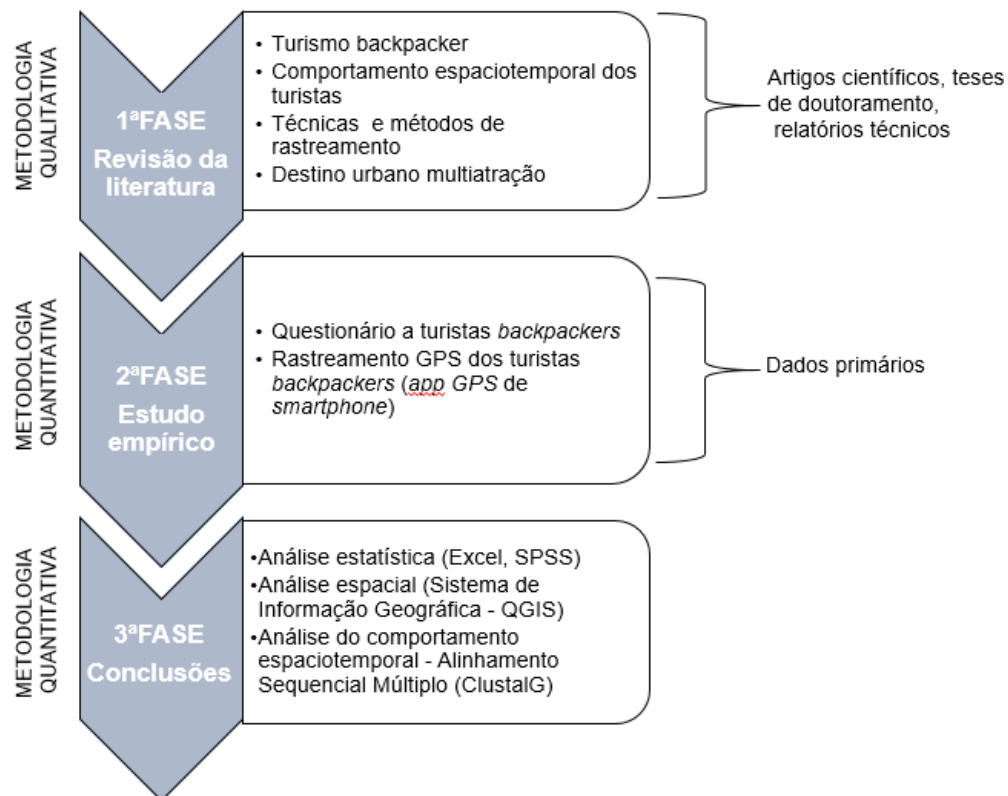
http://www2.metodista.br/unesco/GCSB/artigo_positivismo.htm#_ftn7 consultado a 12 de janeiro de 2014.

O pós-positivismo ou neopositivismo, surgido nos finais da década de 1920, defende a adoção do método científico nas ciências sociais, preferindo modelos experimentais com teste de hipóteses, tendo como objetivo último, a formulação de teorias explicativas de relações causais, caracterizado também pelo realismo ontológico, pela verdade objetiva e pelo uso da metodologia experimental. O neopositivismo surge assim como uma espécie de melhoramento do positivismo, parecendo ser o mais adequado para

apoiar a investigação, já que comporta a utilização tanto de técnicas qualitativas como quantitativas.

6.3. Quadro concetual da investigação

A partir do desenho da investigação (figura 1) e do contributo da revisão sistemática da literatura procedeu-se ao desenho da metodologia geral da investigação (figura 17), cujo estudo empírico se caracteriza por ser essencialmente de natureza quantitativa. No mapa concetual da figura 18, foram sintetizados e sistematizados os principais constructos e conceitos encontrados na literatura. Foram incluídos os principais estudos e investigadores bem como as eventuais relações existentes entre conceitos, dimensões e modelos de análise.



Fonte: Construção do autor.

Figura 17. Metodologia geral da investigação

Depois de apresentados e discutidos os diferentes subsegmentos de turistas *backpackers* e as motivações deste grupo de jovens turistas independentes passou-se à análise da literatura existente sobre o comportamento espaciotemporal dos turistas num contexto intradestino (urbano e multiatração) com o intuito de enquadrar os principais conceitos/constructos encontrados adotando-se o modelo de análise proposto

por Caldeira (2014) e Caldeira & Kastenholtz (2019), adaptando-o ao estudo do segmento *backpacker*, tendo sido incluído um conjunto de variáveis relativas às características da viagem.

Quadro 25. Principais autores consultados na revisão da literatura (1ª fase)

Capítulos	Autores
Cap.2. Enquadramento conceitual	Ashworth & Tunbridge (1990); Ashworth & Page (2011); Beaujeu-Garnier (1997); Botti <i>et al.</i> , (2008); Caldeira (2014); Costa (2005); Cunha (2013); Edelman (2015); Edwards <i>et al.</i> , (2008); Euromonitor International (2017); Fernandes <i>et al.</i> , (2009); Hunt & Crompton (2008); INE (2004, 2009, 2016); Johnston <i>et al.</i> , (2000); Leask (2010); Lei n.º 11/82 de 2 de junho (1982); Leiper (1979); Mathieson & Wall (1993); Medeiros (2005); Mill & Morrison (1992); Murphy (1985); Tchetchink <i>et al.</i> , (2009); United Nations (2015, 2016); UNWTO (2007)
Cap.3. Turismo <i>Backpacker</i>	Adam (2015); Adler (1985); Allon & Anderson (2010); Allon <i>et al.</i> (2008); Amblee, (2015); Anderskov (2002); Ateljevic & Doorne (2004); Becken & Simmons (2008); Becken, <i>et al.</i> , (2008); Becken & Patterson (2006); Beeco <i>et al.</i> , (2013); Bell (2008); Bellis <i>et al.</i> ,(2007); Bhatta <i>et al.</i> ,(2009); Binder (2004); Botterill <i>et al.</i> , (2013); Brzózka (2012); Butler & Richardson (2013); Butler & Hannam (2014); Chen, Bao, & Huang (2014); Chen & Weiler (2014); Chitty, Ward, & Chua (2007); Cilimburg, Monz, & Kehoe (2000); Clow <i>et al.</i> , 2013; Cohen (1972); Cohen (2003); Cohen (2011); Daldeniz & Hampton (2013); Dayour, Adongo, & Taale (2016); Dayour, Kimbu, & Park (2017); Derlet (2008); Elsrud (1998, 2001); Enoch & Grossman (2010); Firth & Hing (1999); Fuchs (2013); Gibson & Connell (2003); Gogia (2006); Green (2005); Hampton (1998, 2003, 2009, 2010); Hampton & Hamzah (2010); Hamzah & Hampton (2013); Hannam & Diekmann (2010b, 2010a); Hecht & Martin (2006); Hindle, Martin, & Nash (2015); Hottola (2004, 2005); Howard (2005, 2007); Hsu, Wang, & Huang (2014); Hughes <i>et al.</i> ,(2009); laquinto (2015); Jarvis & Peel (2010, 2013); Jerez (2014); Kannisto (2016, 2014); Kim <i>et al.</i> ,(1996); Ku <i>et al.</i> (2015); Larsen, Øgaard, & Brun (2011); Lloyd (2003); Loker-Murphy (1997); Loker-Murphy & Pearce (1995); Lu & Chen (2014); Luo & Li (2009); Luo, Brown, & Huang (2015); Luo, Huang, & Brown (2014); Maoz (2006, 2007); Markward (2008); Martins (2015); Martins & Costa (2016, 2017); Martins, Rachão, & Costa (2018); Mikulic <i>et. Al.</i> (2016); Mohsin & Ryan (2003); Moran (2000); Murphy (2001); Murphy & Brymer (2010); Musa & Thirumoorthi (2011); Muzaini (2006); Nash, Thyne, & Davies (2006); Noy (2004); O'Regan (2010b, 2010a); O'Reilly (2006); Oliveira-Brochado & Gameiro (2013); Ong & du Cros (2012); Ooi & Laing (2010); Paris (2010a, 2010b, 2012); Paris, Musa, & Thirumoorthi (2014); Paris & Teye (2010); Pearce (2006, 2008); Pearce, Murphy, & Brymer (2009); Peel & Steen (2007); Piyaphanee <i>et al.</i> , (2011, 2009); Prayag, Cohen, & Yan (2015); Redman <i>et al.</i> ,(2006); Reichel, Fuchs, & Uriely (2007, 2009); Richards & Wilson (2004, 2004a, 2004b, 2004c); Richards (2011, 2015); Riley (1988); Rodrigues & Prideaux (2012); Rogerson (2007a, 2007b, 2011); Ryan & Huimin (2007); Ryan & Mohsin (2001); Scheyvens (2002); Shulman, Blatt, & Walsh (2006); Sørensen (2003); Sun <i>et al.</i> , (2014); Teo & Leong (2006); Tourism Research and Marketing (2013); Tourism Research Australia (2009); Tourism Victoria (2009); UNWTO, 2016; Uriely, Yonay, & Simchai (2002); Visser (2004); Vogt (1976); Westerhausen & Macbeth (2003); Wilson & Richards (2008); Wu, Shen, Hou, & Wen (2016); Wunder (2000); Yokoyama (2007).
Cap.4. Comportamento espaciotemporal dos turistas	Bauder <i>et al.</i> , (2014); Beeco, Hallo, & Brownlee (2014); Beeco <i>et al.</i> , (2013); Birenboim (2016); Birenboim & Shoval (2015); Caldeira (2014); Caldeira & Kastenholtz (2018a, 2018b, 2019); Caldeira & Kastenholtz (2015); Choi <i>et al.</i> , (2014); De Cantis <i>et al.</i> (2016); Dejbakhsh, Arrowsmith, & Jackson (2011); East <i>et al.</i> ,(2017); Edwards & Griffin (2013); Edwards <i>et al.</i> , (2009); Espelt & Benito (2006); Falk (2015); Fennell (1996); Ferrante, De Cantis, & Shoval (2016); Galí & Aulet (2019); Grinberger, Shoval, & McKercher (2014); Grinberger & Shoval (2019); Hallo <i>et al.</i> , (2012); Huang & Xia (2016); Kádár & Gede (2013); Kang (2016); Kang <i>et al.</i> ,(2018); Kawase & Ito (2016); Keul & Kühberger (1997); Lau & McKercher (2004); Lau (2007); Le-Klähn <i>et al.</i> ,(2015); Leung <i>et al.</i> , (2012); Lew & McKercher (2006); Li <i>et al.</i> , (2015); Masiero & Zoltan (2013); Mckercher, Chan, & Lam (2008); Mckercher & Lau (2008, 2009); McKercher <i>et al.</i> , (2012); McKercher <i>et al.</i> ,(2014); McKercher, Wong, & Lau (2006); Meini, Nocera, & Spinelli, (2013); Millonig & Gartner (2008); Oppermann (1997); Pettersson & Zillinger (2011); Pizam & Sussmann (1995); Shoval (2008); Shoval & Ahas (2016); Shoval & Isaacson (2007a, 2007b); Shoval, Isaacson, & Birenboim (2009); Shoval <i>et al.</i> , (2015); Shoval <i>et al.</i> ,(2011); Shoval & Raveh (2004); Smallwood, Beckley, & Moore (2012); Svensson, Pettersson, & Zakrisson (2011); Tchetchink <i>et al.</i> , (2009); Toha & Ismail (2015); Versichele <i>et al.</i> , (2012); Xia (2007); Xia <i>et al.</i> , (2010); Xia, Zeepongsekul, & Packer (2011); Xia & Arrowsmith (2005); Xia, Packer, & Dong (2009); Xiaoying & Bi-Hu (2012); Xing-zhu & Qun (2014); Yuan & Ping (2015); Yun, Kang, & Lee (2018); Yun & Park (2014); Zakrisson & Zillinger (2012); Zhao <i>et al.</i> , (2018); Zoltan (2014); Zoltan & McKercher (2014)
Cap. 4. Geografia Temporal	Grinberger & Shoval (2019); Hågerstrand (1970); Kang (2016); Miller (2005); Shaw (2010); Shoval & Isaacson (2007); Shoval, McKercher, Birenboim & Ng (2015); Thrift (1977); Yuan & Ping (2015)
Cap.5. Métodos e técnicas de recolha de informação em estudos sobre o comportamento espaciotemporal dos turistas	Ahas <i>et al.</i> , (2007); Ahas <i>et al.</i> , (2008); Bauder & Freytag (2015); Beeco, Hallo, & Brownlee (2014); Beeco <i>et al.</i> , (2013); Birenboim (2016); Birenboim & Shoval (2015); Donaire, Galí, & Royo-Vela (2015); East <i>et al.</i> , (2017); Edwards & Griffin (2013); Edwards <i>et al.</i> , (2009); Ferrante, De Cantis, & Shoval (2016); Hawelka <i>et al.</i> , (2014); Kádár (2013, 2014); Kádár & Gede (2013); Korpilo, Virtanen, & Lehvávirta (2017); McKercher <i>et al.</i> , (2012); Meini, Nocera, & Spinelli (2013); Miyasaka <i>et al.</i> ,(2018); Modsching <i>et al.</i> , (2008); Moloo & Digumber (2011); Nielsen & Harder (2010); Park <i>et al.</i> , (2014); Raun, Ahas, & Tiru (2016); Shoval (2008); Shoval & Ahas (2016); Shoval & Isaacson (2007b); Shoval, Isaacson, & Birenboim (2009); Stamberger <i>et al.</i> , (2018); Svensson, Pettersson, & Zakrisson (2011); Tiru <i>et al.</i> , (2010); Toha & Ismail (2015); Versichele <i>et al.</i> , (2014); Versichele <i>et al.</i> ,(2012); Xia (2007); Yue <i>et al.</i> , (2014); Yun, Kang, & Lee (2018); Yun & Park (2014); Zheng, Huang, & Li (2017); Zheng <i>et al.</i> , (2019); Zillinger (2010); Zoltan & McKercher (2014)

Fonte: Construção do autor.

Por conseguinte, estabeleceu-se um conjunto de relações entre os subsegmentos de *backpackers* e as características da viagem que se encontram a realizar, entre os subsegmentos de *backpackers* e as suas características sociodemográficas, as características da sua visita, as características do destino e as características da viagem. Apresentam-se no quadro 25 os principais autores de artigos científicos, teses e relatórios técnicos analisados durante a primeira fase da investigação.

Os movimentos efetuados pelos *backpackers* serão analisados a partir da dimensão movimento e dimensão multiatração, propostas por Caldeira (2014). Pretende-se assim encontrar diferenças relativas ao comportamento espaciotemporal dos turistas *backpackers* e dos seus subsegmentos identificados na literatura, quer na dimensão movimento, que na dimensão multiatração. Comparar-se-ão os resultados obtidos com os principais estudos de referência publicados em revistas científicas internacionais e tentar-se-ão encontrar padrões de comportamento espaciotemporal para o conjunto dos turistas *backpackers* que participaram no rastreamento.

A principal teoria subjacente à análise do comportamento espaciotemporal dos *backpackers* durante um dia de visita ao destino urbano – Porto, é a Geografia Temporal (Hägerstrand, 1970; Shaw, 2010; Thrift, 1977; Xing-zhu & Qun, 2014) aplicada em vários estudos sobre o comportamento espaciotemporal dos turistas (Caldeira, 2014; Choi *et al.*, 2014; De Cantis *et al.*, 2016; Kawase & Ito, 2016; Pettersson & Zillinger, 2011; Shoval & Isaacson, 2007a; Shoval *et al.*, 2015; Svensson *et al.*, 2011; Yun & Park, 2014).

Como já foi referido no capítulo 1, a **questão de investigação** que servirá de ponto de partida e que ajudará a estruturar toda a proposta de investigação é:

- **Como o segmento de turistas *backpackers* consome e experiencia o destino urbano Porto?**

O **objetivo central** da investigação é:

- **Analisar o segmento de mercado *backpacker* de visita ao destino urbano Porto e compreender o seu comportamento espaciotemporal para uma melhor definição de estratégias que permitam uma gestão mais eficaz e eficiente do território.**

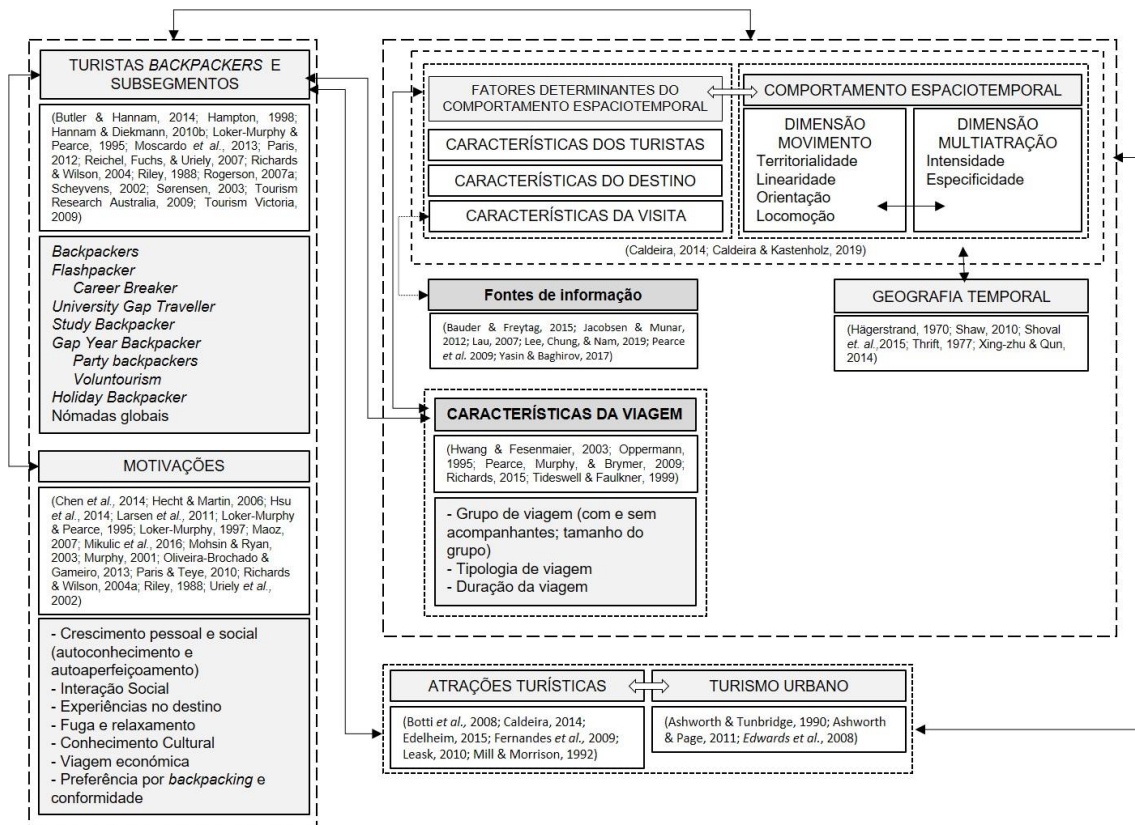
A partir deste objetivo principal, enquadrado num modelo de investigação, a presente proposta tem ainda os seguintes **objetivos específicos**:

Capítulo 2	1. Identificar e discutir alguns dos principais conceitos ligados à atividade turística;
Capítulo 3	2. Identificar e caracterizar os subsegmentos de turistas <i>backpackers</i> mais representativos; 3. Identificar as principais motivações dos turistas <i>backpackers</i> ; 4. Analisar a relevância económica e social do turismo <i>backpacker</i> ; 5. Analisar o impacte ambiental e sustentabilidade do turismo <i>backpacker</i> ;
Capítulo 4	6. Conhecer os fatores internos e externos determinantes do comportamento espaciotemporal dos turistas;
Capítulo 5	7. Comparar as técnicas tradicionais e modernas de rastreamento dos turistas e definir a mais adequada ao estudo do comportamento espaciotemporal dos <i>backpackers</i> ;
Capítulo 7	8. Identificar as principais características do destino Porto que condicionam o comportamento espaciotemporal dos turistas durante um dia de visita;
Capítulo 8	9. Identificar as principais características sociodemográficas dos turistas <i>backpackers</i> no destino urbano Porto; 10. Conhecer os instrumentos e recursos utilizados pelos <i>backpackers</i> no planeamento da sua estada e na visita ao destino urbano Porto; 11. Determinar a importância das fontes de informação utilizadas pelos <i>backpackers</i> no planeamento da sua estada e durante um dia de visita a um destino urbano; 12. Analisar e caracterizar o comportamento espaciotemporal intradestino dos turistas <i>backpackers</i> durante um dia de visita à cidade do Porto; 13. Descrever como os <i>backpackers</i> consomem e experienciam o destino, identificando as principais atrações visitadas e atividades realizadas; 14. Identificar os principais fatores que determinam o comportamento espaciotemporal dos <i>backpackers</i> durante um dia de visita ao destino urbano Porto; 15. Identificar padrões de movimento espaciotemporais dos turistas <i>backpackers</i> durante um dia de visita à cidade do Porto; 16. Verificar de que forma os padrões de movimento poderão contribuir para a estruturação, gestão e organização de um destino urbano mais eficaz e eficiente.

6.4. Modelo, hipóteses e estratégia de investigação

A partir do esquema concetual e da sua inter-relação com os objetivos delineados para a presente investigação, procedeu-se à construção do modelo e respetivas hipóteses de investigação. Perante um segmento de turistas tão diversificado e heterogéneo e não obstante o facto de não existir um critério operacional estandardizado do termo

backpacker (Dayour *et al.*, 2017) considerou-se como principal elemento distintivo dos restantes turistas, o tipo de alojamento utilizado, tal como debatido no capítulo 3. Sendo assim, considera-se que um turista *backpacker* é “uma pessoa que passa uma ou mais noites num alojamento para *backpacker* ou *Hostel*” (Tourism Victoria, 2009, p.7).



Fonte: Construção do autor.

Figura 18. Esquema conceitual da investigação

Os diferentes subsegmentos de *backpackers* são identificados através das principais características distintivas identificadas na literatura e operacionalizadas de acordo com a proposta apresentada no quadro 7, capítulo 3.

O desenho do esquema conceitual da investigação (figura 18) reflete e sintetiza as relações entre os principais conceitos e modelos de análise existentes na literatura: o diversificado e heterogéneo segmento de turistas *backpackers* e respetivas motivações, o turismo em espaço urbano onde se localizam as atrações e onde são realizadas um conjunto de atividades e ainda o comportamento espaciotemporal dos turistas num contexto intradestino, analisado de acordo com a proposta de Caldeira (2014) e Caldeira & Kastenholz (2019), ou seja, através das dimensões movimento e multiatração e ainda de acordo com as principais características que determinam o seu comportamento

espaciotemporal: as características sociodemográficas, as características da visita e as características do destino. Tratando-se de um grupo de turistas que viaja frequentemente por períodos de tempo mais longos numa tipologia de viagem multidestino, acrescentou-se ao quadro concetual mais um fator de análise - as características da viagem - constituído por variáveis que poderão influenciar os movimentos efetuados durante um dia de visita.

Além do estudo do comportamento espaciotemporal dos *backpackers* pretende-se com esta investigação conhecer com mais profundidade este segmento de turistas que visitam a cidade do Porto, identificando os subsegmentos mais representativos e as suas características socioeconómicas, as despesas diárias efetuadas num típico dia de visita, as fontes de informação utilizadas durante o planeamento da viagem e durante a visita à cidade, a tipologia de viagem e respetivos itinerários e ainda as suas motivações agrupadas nos seguintes constructos: crescimento pessoal, interação social, experiências no destino, fuga e relaxamento, conhecimento cultural, viagem económica, preferência por *backpacking* e conformidade. Estes constructos resultam dos contributos de inúmeros autores que têm estudado os turistas *backpackers*, como se pode verificar ao longo do capítulo 3 e no quadro 25.

Tendo em conta o crescimento do turismo *backpacker* em Portugal e na cidade do Porto em particular, refletido na crescente evolução do número de *hostels*, bem como a sua relevância económica e social (Martins & Costa, 2017), nomeadamente ao nível da sustentabilidade dos destinos (Martins & Costa, 2016) será pertinente conhecer este heterógeno segmento de mercado e fornecer uma visão abrangente das suas tendências contribuindo para a gestão e organização de um destino urbano mais sustentável e para a adoção de estratégias que contribuam para a sua promoção e captação.

Como também se pretende compreender o comportamento espaciotemporal dos turistas que constituem o diversificado segmento *backpacker*, num destino urbano multiatração, o modelo de investigação apresentado é sustentado no modelo de análise proposto por Caldeira (2014) e no contributo teórico da Geografia Temporal de Hägerstrand (1970), centrando-se essencialmente nos movimentos físicos efetuados pelos turistas *backpackers* que foram rastreados, medidos e quantificados.

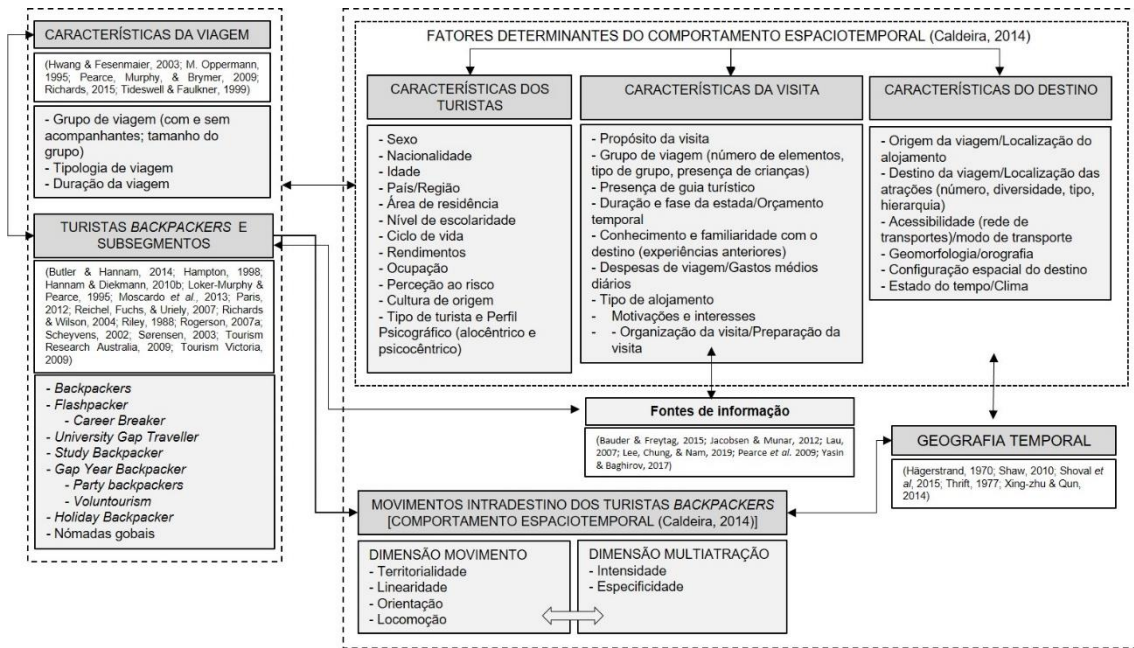
O modelo concetual proposto apresenta, como vimos anteriormente, dois grupos de constructos que se relacionam. São eles:

1. Os **fatores determinantes** do comportamento espaciotemporal dos turistas (Caldeira, 2014):
 - 1.1. **Características sociodemográficas** dos turistas que constituem os subsegmentos de *backpackers* (Caldeira & Kastenholz, 2015; De Cantis *et al.*, 2016; Edwards *et al.*, 2009; Lew & McKercher, 2006; Xia *et al.*, 2010; Xia, Packer, & Dong, 2009; Zoltan & McKercher, 2014)
 - 1.2. **Características da visita** (Bauder & Freytag, 2015; Caldeira & Kastenholz, 2018b; Chang, 2012; De Cantis *et al.*, 2016; Edwards *et al.*, 2009; Espelt & Benito, 2006, 2018; Ferrante, De Cantis, & Shoval, 2016; Jacobsen & Munar, 2012; Keul & Kühberger, 1997; Lau & McKercher, 2006; Lau, 2007; Le-Klähn *et al.*, 2015; Lee, Chung, & Nam, 2019; Lew & McKercher, 2006; Masiero & Zoltan, 2013; McKercher *et al.*, 2012; Ritchie & Dickson, 2007; Shoval & Raveh, 2004; Xia *et al.*, 2010; Yasin & Baghirov, 2017; Zoltan & McKercher, 2014)
 - 1.3. **Características físicas do destino** (Caldeira, 2014; Caldeira & Kastenholz, 2018; Lau & McKercher, 2006; Masiero & Zoltan, 2013; Mckercher & Lau, 2008; McKercher *et al.*, 2014; Shoval *et al.*, 2011)

A estes fatores associou-se ainda as:

- 1.4. **Características da viagem** que está a ser realizada pelos *backpackers*, que inclui variáveis como a tipologia de viagem, o número de viagens internacionais de longa duração realizadas nos últimos 5 anos, entre outros (Hwang & Fesenmaier, 2003; Oppermann, 1995; Pearce *et al.*, 2009; Richards, 2015; Tideswell & Faulkner, 1999).
2. O comportamento espaciotemporal dos turistas *backpackers* foi analisado a partir das dimensões:
 - 2.1. **Movimento** - territorialidade, linearidade, orientação e locomoção (Caldeira, 2014);
 - 2.2. **Multiatração** - intensidade e especificidade (Caldeira, 2014).

Os fatores antecedentes do comportamento espaciotemporal dos turistas dizem respeito às características dos turistas e incidem sobre as suas particularidades sociodemográficas, idade, nacionalidade, escolaridade, cultura de origem, entre outras.



Fonte: Adaptado de Caldeira (2014) e Caldeira & Kastenholz (2019).

Figura 19. Modelo conceitual da investigação do comportamento espaciotemporal dos turistas backpackers.

As **características da visita** serão analisadas a partir de um conjunto de variáveis como o propósito da visita, grupo de viagem, organização da visita, duração e fase da estada, número de visitas anteriores, despesas efetuadas, as fontes de informação utilizadas antes e durante a visita, localização do alojamento, entre outros, na linha de investigação de Bauder & Freytag (2015); Becken, Wilson, Forer, & Simmons (2008); Caldeira (2014); De Cantis *et al.* (2016); Dejbakhsh, Arrowsmith, & Jackson (2011); Edwards *et al.*, (2009); Espelt & Benito (2018); Ferrante, De Cantis, & Shoval (2016); Hunt & Crompton (2008); Keul & Kühberger (1997); Le-Klähn *et al.*, (2015); Lew & McKercher (2006); McKercher *et al.*, 2012; Shoval *et al.* (2015); Xia *et al.* (2010); Xiao-Ting & Bi-Hu (2012), entre outros (quadro 18).

As **características do destino** a ter em consideração referem-se às características naturais do mesmo, como a morfologia/orografia ou o estado do tempo durante a visita e ainda às especificidades da planta urbana, à dispersão territorial das atrações, localização de miradouros, fluidez/congestionamento do trânsito, infraestruturas de acolhimento turísticas, sinalização urbana, rede de transportes pública (autocarros, metro, elétrico, funicular), entre outros (Caldeira, 2014; Dejbakhsh *et al.*, 2011; Espelt & Benito, 2006, 2018; Lau & McKercher, 2006; Le-Klähn *et al.*, 2015; Lew & McKercher, 2006; Masiero & Zoltan, 2013; Mckercher & Lau, 2008; McKercher *et*

al., 2014; Shoval *et al.*, 2011; Tideswell & Faulkner, 1999; Yun & Park, 2014; Zoltan & McKercher, 2014).

Como os turistas *backpackers* realizam habitualmente viagens de longa duração, ou seja, de duração superior a uma semana (Richards, 2015) considerou-se conveniente analisar se as **características da viagem**, como o tipo de vige, influencia o seu comportamento espaciotemporal durante uma visita intradestino. Importa perceber, por exemplo, se a duração total da viagem deste segmento, frequentemente multidestino, tem consequências ao nível dos movimentos efetuados durante um dia de visita, ou se o número de viagens internacionais de longa duração realizadas nos últimos 5 anos, que resulta numa maior experiência em viajar, resulta numa visita com um comportamento espaciotemporal distinto, entre outros.

A caracterização do perfil sociodemográfico dos turistas *backpackers*, a caracterização da viagem que se encontram a fazer bem como a caracterização da visita ao destino urbano Porto, serão realizadas através da aplicação de um questionário, pretendendo-se dar resposta a um conjunto de objetivos específicos diretamente ligados às características e motivações deste segmento de turistas. Os objetivos desta tese, apresentados anteriormente, serão operacionalizados através das seguintes hipóteses de investigação:

H1. Os turistas *backpackers* em visita ao destino urbano Porto...

H1.1 Encontram-se a realizar uma viagem multidestino com itinerário flexível.

H1.2 São predominantemente jovens, entre os 18 e 35 anos de idade.

H1.3 Têm um nível de escolaridade elevado.

H1.4 Têm um orçamento diário reduzido, gastando em média um montante inferior aos restantes turistas, num dia típico de visita.

H1.5 Viajam predominantemente sozinhos ou em pequenos grupos.

H1.6 Têm tendência em participar em atividades de lazer que envolvem risco e aventura.

H1.7 Têm como principais motivações o conhecimento cultural, as experiências no destino e a interação Social.

H1.8 Recorrem sobretudo aos amigos, família e outros *backpackers* como fontes de informação no planeamento da viagem que se encontram a realizar.

H1.9 Recorrem sobretudo a informações de outros *backpackers* e a guias de viagem (ex. *Lonely Planet*) na preparação de um dia de visita.

Identificados os principais fatores determinantes do comportamento espaciotemporal dos turistas *backpacker*, construíram-se as seguintes hipóteses de investigação:

H2. As características sociodemográficas dos turistas *backpackers* determinam o seu comportamento espaciotemporal durante um dia de visita à cidade do Porto na dimensão movimento e multiatração, nomeadamente, na:

H2.1 Territorialidade

H2.2 Linearidade

H2.3 Orientação

H2.4 Locomoção

H2.5 Intensidade

H2.6 Especificidade

H3. As características da visita associadas aos turistas *backpackers* determinam o seu comportamento espaciotemporal durante um dia de visita à cidade do Porto na dimensão movimento e multiatração, nomeadamente, na:

H3.1 Territorialidade

H3.2 Linearidade

H3.3 Orientação

H3.4 Locomoção

H3.5 Intensidade

H3.6 Especificidade

H4. As características relativas à viagem que os turistas *backpackers* se encontram a realizar determinam o seu comportamento espaciotemporal durante um dia de visita à cidade do Porto na dimensão movimento e multiatração, nomeadamente, na:

H4.1 Territorialidade

H4.2 Linearidade

H4.3 Orientação

H4.4 Locomoção

H4.5 Intensidade

H4.6 Especificidade

H5. Os turistas *backpackers* são um grupo de turistas complexo e multifacetado que consome e experiencia um destino urbano através de diferentes padrões de comportamento espaciotemporal.

O conjunto das hipóteses 1 (H1) são suportadas pela revisão da literatura efetuada no capítulo 3. As hipóteses 2, 3, 4 e 5 (H2, H3, H4, H5) são suportadas pela revisão da literatura efetuada no capítulo 4.

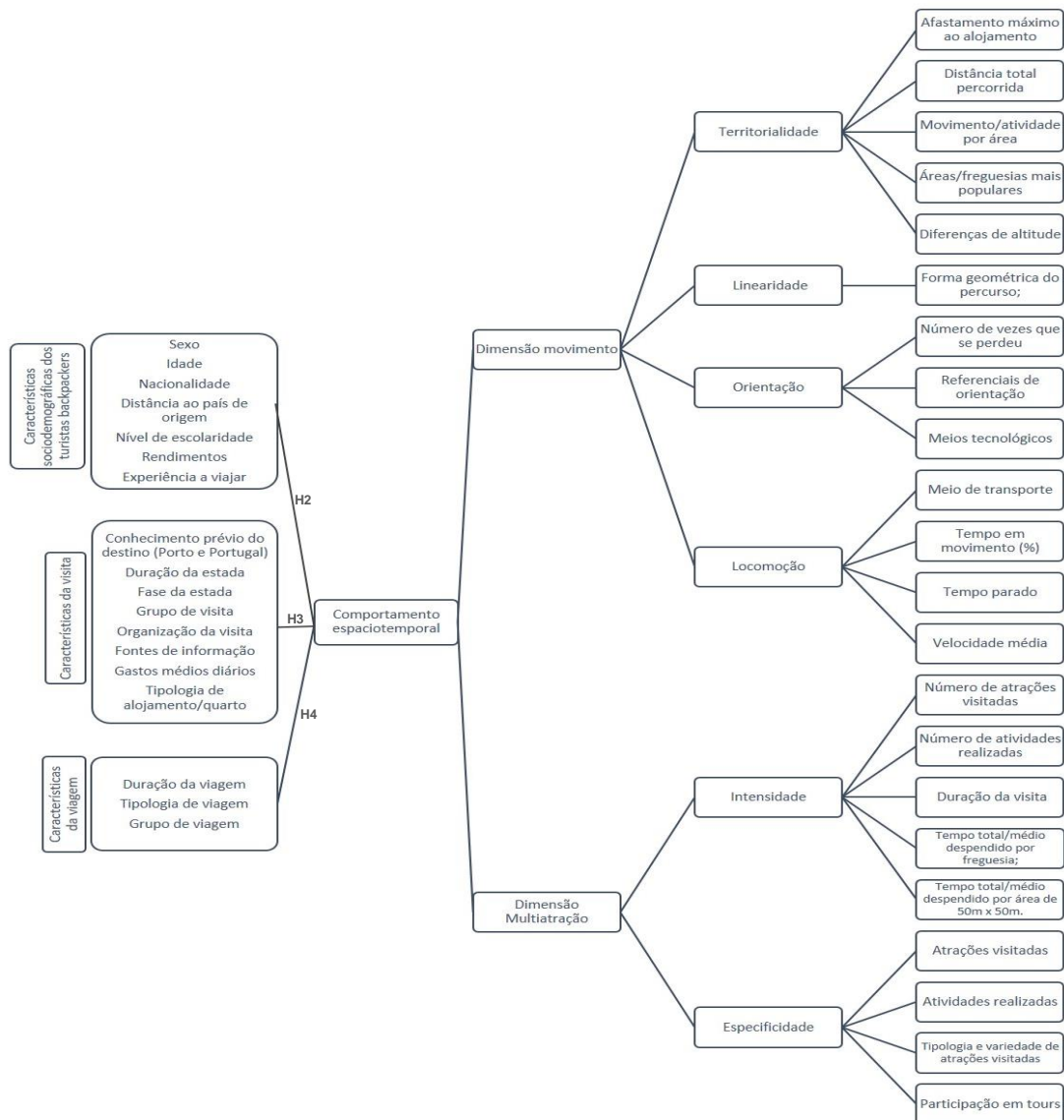
A cidade do Porto é um destino urbano multiatração que nos últimos anos tem vindo a crescer significativamente, quer no número de dormidas, quer no número de hóspedes (quadros 39 e 40) tornando-se num importante destino turístico em Portugal. Tendo em conta o aumento do número de *hostels* em funcionamento até à presente data, os turistas *backpackers* representam já um segmento de mercado que não deve ser ignorado, nomeadamente, ao nível do seu comportamento espaciotemporal.

Para este efeito serão analisados os seus movimentos intradestino, ou seja, dentro da área urbana do Porto. Tal como em Caldeira (2014), o conceito de destino turístico foi operacionalizado em termos de **destino turístico local**, ou seja, “um espaço físico em que um turista passa pelo menos uma noite e que inclui produtos de turismo, tais como serviços de apoio e atrações e recursos turísticos dentro de um dia de viagem de retorno” (OMT, 2007, p.1 citado por Caldeira, 2014, p.189).

Para identificar padrões de movimento e comportamento espaciotemporal, serão analisados os movimentos efetuados pelos turistas durante um dia de visita, tal como em Caldeira & Kastenholtz (2015), De Cantis *et al.* (2016), Edwards & Griffin (2013), Edwards *et al.* (2009), Mckercher & Lau (2008), Shoval & Ahas (2016), Shoval & Isaacson (2007), Shoval *et al.* (2011), entre outros. A figura 20 representa um esquema-síntese da operacionalização do modelo concetual de investigação relativo ao comportamento espaciotemporal dos turistas *backpackers* na cidade do Porto, exemplificando a relação entre principais fatores determinantes do comportamento espaciotemporal e as suas principais dimensões de análise como sugerido por Caldeira & Kastenholtz (2019).

A população em estudo está delimitada aos turistas *backpackers*, que para efeitos desta investigação correspondem aos turistas que ficam hospedados em alojamentos locais identificados como *hostels* ou outros alojamentos de baixo custo como por exemplo pensões, residenciais, Pousada da Juventude.

Por conseguinte, pretende-se analisar o comportamento espaciotemporal de cada turista *backpacker* (nível de análise individual) e interpretar os resultados obtidos no seu todo. A utilização de um inquérito por questionário e o rastreamento GPS dos turistas revelam a natureza quantitativa desta investigação.



Fonte: construção do autor.

Figura 20. Esquema-síntese da operacionalização do modelo conceitual de investigação relativo ao comportamento espaciotemporal dos turistas *backpackers* na cidade do Porto

6.5. Recolha empírica de dados

A recolha dos dados foi realizada com recurso à aplicação de um inquérito por questionário e ao rastreamento GPS dos turistas durante um dia de visita que permite conhecer com pormenor e exatidão os movimentos efetuados durante essa mesma visita.

Associados a estudos de natureza quantitativa, os questionários são instrumentos de recolha de dados muito utilizados em investigações em turismo, sempre que se pretenda

“colocar a um conjunto de inquiridos, geralmente representativo de uma população, uma série de perguntas relativas à sua situação profissional ou familiar, às suas opiniões, à sua atitude em relação a opções ou questões humanas e sociais, às suas expectativas, ao seu nível de conhecimentos [...] ou ainda sobre qualquer outro ponto que interesse aos investigadores” (Quivy & Campenhould, 1998, p.188) enquanto a combinação dos dois métodos (rastreamento GPS e questionário) têm sido comuns em estudos sobre o comportamento espaciotemporal dos turistas (Bauder, Freytag, & Gérardot, 2014; Beeco *et al.*, 2013; Caldeira & Kastenholz, 2015; De Cantis *et al.*, 2016; Edwards & Griffin, 2013; Ferrante *et al.*, 2016; Grinberger, Shoval, & McKercher, 2014; Shoval *et al.*, 2011; Tchetchink, Fleischer, & Shoval, 2009; Yun & Park, 2014) por permitirem a recolha de informações mais ricas e rigorosas (Zakrisson & Zillinger, 2012). A utilização simultânea destes instrumentos de recolha de dados permite, por um lado, conhecer exatamente os percursos efetuados através do rastreamento, e por outro, enriquecer os rastreamentos com outras informações relevantes relativas às fontes de informação utilizadas antes e durante a visita, processos de orientação mais usados e informações sociodemográficas dos turistas.

A recolha de dados foi realizada entre os dias 16 de julho de 2017 e 11 de dezembro de 2017, em vários *hostels* localizados no destino urbano Porto que autorizaram previamente o acesso às suas instalações para a aplicação dos questionários. 93% dos questionários foram realizados nos seguintes alojamentos: Nice Way Porto Hostel, Gallery Hostel, Porto Lounge Hostel & Guesthouse, Rivoli Cinema Hostel, Tattva Design Hostel, Bluesock Hostel, Rock n'Porto Hostel e Canvas Atelier Hostel. Aproximadamente 4% dos questionários dizem respeito a *backpackers* que ficaram alojados em outros *hostels* da cidade e 3.41% afirmaram ter ficado em outros alojamentos de custo reduzido (pensões/residências).

O questionário foi também disponibilizado *on-line* tendo sido partilhado em vários grupos de turistas *backpackers*, existentes na rede social *Facebook*. Sempre que alguém aceitava participar, era enviado um documento com o endereço eletrónico do questionário e com as informações relativas à *app* GPS. O trabalho de campo foi realizado pelo autor deste estudo e, pontualmente, por um colaborador devidamente treinado para o efeito.

A grande maioria dos participantes foram abordados aleatoriamente, na receção dos *hostels* durante as manhãs em qualquer dia da semana, no momento em que estes se preparavam para visitar o destino, como efetuado por Caldeira (2014), Edwards & Griffin (2013), Grinberger *et al.*(2014), entre outros. Muitos foram também abordados durante

outros momentos do dia enquanto socializavam nas salas de estar dos alojamentos. Após uma curta explicação sobre os objetivos da investigação, pedia-se a colaboração para a sua participação na mesma. Solicitava-se a instalação da aplicação de *smartphone* **Open GPS Tracker** para sistemas operativos *Android* e a aplicação **Simple Logger** para sistemas operativos *iOS* e que procedessem ao seu arranque assim que saíssem do *hostel*. Além da explicação oral, foram sempre entregues informações escritas detalhadas (em anexo) relativas à sua instalação desde a *Play Store* ou *IStore* até ao seu funcionamento e envio dos dados recolhidos. Foi sempre reiterado que o rastreamento não era feito *on-line* nem em tempo real e que o investigador só teria acesso aos dados recolhidos após o envio dos mesmos para o seu endereço eletrónico. Toda a informação recolhida permanecia anónima. À chegada ao *hostel*, os *backpackers* que participaram no estudo eram inquiridos através da aplicação de um questionário.

6.5.1. Amostragem

A definição da amostra é uma etapa fundamental numa investigação científica onde não seja possível aplicar inquéritos por questionário a todo o universo em estudo devendo também ser dada especial atenção aos objetivos reais da investigação, já que serão estes a definir a natureza e a dimensão do Universo (Hill & Hill, 2009).

Quer o objetivo geral, quer os objetivos específicos visam, de uma maneira geral, a compreensão do comportamento espaciotemporal dos turistas que constituem o diversificado segmento *backpacker* em visita ao Porto. Por constrangimentos temporais e financeiros, procedeu-se apenas ao rastreamento de um dia de visita e não à totalidade da estada como tem acontecido com a grande maioria das investigações desta natureza (Bauder *et al.*, 2014; Caldeira & Kastenholtz, 2018; De Cantis *et al.*, 2016; Grinberger *et al.*, 2014; McKercher *et al.*, 2012; Pettersson & Zillinger, 2011; Shoval *et al.*, 2015, 2011). Por conseguinte, a população alvo é o segmento de mercado constituído pelos turistas *backpackers* que para efeitos desta investigação correspondem às pessoas que dormem pelo menos uma noite num alojamento para *backpacker* ou *Hostel*.

Uma amostra corresponde assim a um grupo de indivíduos, “escolhidos de tal forma que as observações que deles fizermos possam ser generalizadas à totalidade da população, sendo por isso necessário que a amostra apresente características idênticas às da população, isto é, que seja representativa” (Ghiglione & Matalon, 1995, p.32). A

representatividade do Universo em estudo vai permitir, com razoável confiança, que as conclusões obtidas através da amostra possam ser extrapoladas para o conjunto de valores de uma variável sobre a qual pretendemos tirar conclusões, ou seja, o Universo (Hill & Hill, 2009). Segundo estes autores, os métodos de seleção de uma amostra podem ser:

- i) métodos de amostragem casual (probabilísticos) ou;
- ii) métodos de amostragem não-casual (não probabilísticos).

Os primeiros são habitualmente utilizados quando se pretende generalizar com confiança para o Universo, os resultados obtidos a partir da amostra; os segundos são úteis quando se pretendem testar as primeiras versões de um questionário, não sendo adequados para extrapolar as conclusões obtidas para o Universo (p.45-49). Alguns dos principais métodos de amostragem casual são, segundo Hill & Hill (2009) a amostragem aleatória simples; sistemática; estratificada; por *clusters*; multi-etápica e multi-fásica.

Segundo Vicente (1996) citado por Almeida (2009, p.211), “uma amostra é considerada aleatória se for recolhida por um processo que assegure que todo e qualquer elemento da população tem probabilidade, calculável e diferente de zero, de ser escolhido para integrar a amostra”, ou seja, é possível demonstrar a representatividade da amostra e é possível estimar estatisticamente o grau de confiança (Hill & Hill, 2009) o que significa que os critérios de seleção dos elementos estão à partida definidos, evitando a utilização de critérios subjetivos no processo de escolha.

Dentro dos métodos de amostragem não casual, ou seja, não aleatórias, é aplicado um critério subjetivo na seleção das unidades da amostra, como por exemplo, a amostragem por conveniência, por quotas, entre outras. A sua principal desvantagem é não permitir saber com exatidão o grau de confiança com que são obtidas as conclusões relativas à população em estudo.

No método de amostragem aleatória simples, cada um dos N casos do Universo tem a mesma probabilidade de ser incluído na amostra retirada (Hill & Hill, 2009), sendo utilizadas com frequência as técnicas da lotaria e a técnica de números aleatórios. No método de amostragem aleatória sistemática atribui-se um número a cada um dos casos do Universo inquirido e decidido o tamanho da amostra, define-se o intervalo de amostragem que é posteriormente utilizado para selecionar a amostra. Como a maioria dos casos são escolhidos através da utilização de um intervalo fixo, apresenta a desvantagem, de não serem rigorosamente escolhidos ao acaso (Hill & Hill, 2009).

O método de amostragem estratificada é utilizado quando o Universo é grande e é necessária uma amostra representativa segundo algumas variáveis pré-identificadas, sendo mais eficiente que os métodos de amostragem simples ou sistemática.

O método de amostragem por *clusters* é utilizado preferencialmente em investigações em que o Universo é grande e os casos se encontrem agrupados em unidades ou *clusters*, aplicando-se a amostragem aleatória simples a estas unidades (Hill & Hill, 2009). Segundo estes autores, este método “*tem a vantagem de ser muito útil quando for difícil, ou impossível, conhecer todos os casos do Universo mas todos estes casos existem, naturalmente em clusters*” (p.49). Os *clusters* devem por isso, ser muito semelhantes.

Este método foi utilizado na investigação de Caldeira (2014), tendo esta investigadora “agrupado a população-alvo em agregados baseados na proximidade física, tendo a amostra sido desenhada por seleção aleatória de um subconjunto de grupos tendo posteriormente sido selecionadas aleatoriamente unidades de estudo para análise dentro desses aglomerados” (Caldeira, 2014, p.193). Cada ponto de inquirição (hotel) foi associado a um *cluster* de visitantes com alta probabilidade de pertencer à população em estudo, tendo sido questionados todos os indivíduos que pertencesse à população-alvo (turistas) que aceitassem participar na investigação. Foi tida ainda em consideração a existência de uma heterogeneidade na distribuição espacial das dez unidades de alojamento que aceitaram previamente participar nessa investigação. Os turistas inquiridos diariamente foram tantos quantos os equipamentos GPS disponíveis. O tamanho da amostra dependeu, segundo Caldeira (2014), do tempo, do custo e das considerações relativas à população em estudo.

Tendo em conta os objetivos estabelecidos inicialmente, que a população alvo é o conjunto de turistas *backpackers* em visita ao Porto e que este segmento de mercado tem, de acordo com a literatura, preferência por unidades de alojamento denominados por *hostels*, considerou-se pertinente utilizar também a técnica de amostragem aleatória por *clusters*. Neste sentido, foram inventariadas todas as unidades de alojamento em funcionamento no concelho do Porto e Vila Nova de Gaia classificados como *hostels* por apresentarem um conjunto de características específicas, como por exemplo, a existência de dormitórios com beliches, casa de banho e cozinha partilhadas e espaços de convívio e socialização.

Foram contactados, por correio eletrónico, todos os *hostels* localizados no concelho do Porto e das freguesias ribeirinhas de Vila Nova de Gaia. As respostas recebidas foram

muito poucas. Alguns responsáveis pelos alojamentos não autorizaram mesmo que os seus hóspedes fossem abordados dentro das suas instalações.

Solicitou-se a ajuda dos serviços de Turismo da Câmara Municipal do Porto, que amavelmente enviaram, por correio eletrónico, uma informação aos proprietários dos *hostels* que faziam parte da sua base de dados no sentido de esclarecer o âmbito da investigação em curso. As respostas obtidas foram muito poucas. Perante este cenário, e tendo em conta as variáveis tempo e custos financeiros inerentes à recolha de dados, procedeu-se à seleção dos *hostels* com **maior número de camas** tendo os proprietários ou gerentes sido abordados pessoalmente.

Quadro 26. Identificação dos *hostels* onde foram aplicados os questionários

Hostels	N.º de questionários	%
Nice Way Porto <i>hostel</i>	152	51.88
Gallery Hostel	29	9.90
Porto Lounge Hostel & Guesthouse	21	7.17
Rivoli Cinema Hostel	19	6.48
Tattva Design Hostel	18	6.14
Bluesock Hostel	12	4.10
Rock n'Porto Hostel	12	4.10
Canvas Atelier Hostel	8	2.73
Outros <i>Hostels</i>	12	4.10
Outros alojamentos	10	3.41
	293	100

Fonte: Construção própria.

Alguns proprietários estabeleceram também um número de dias máximo para a aplicação dos questionários dentro dos seus alojamentos, razão pela qual existe uma grande disparidade no número de questionários respondidos em cada *hostel*.

O Nice Way Porto Hostel, localizado junto à Praça da Liberdade, reuniu um conjunto de condições que explicam o facto de aí terem sido realizados mais de 50% dos questionários: é **um dos maiores *hostels* da cidade**, disponibilizando um grande número de camas distribuídas por diferentes tipologias de quartos, **as áreas comuns de convívio** como cozinha, sala de refeições, bar, balcão de atendimento e sala de estar **funcionam num amplo e agradável espaço aberto** que **facilita a abordagem dos hóspedes** e a gerente do alojamento mostrou desde o início uma **grande abertura para a colaboração com o desenvolvimento de trabalhos de índole científica**.

Em todos os *hostels* que aceitaram fazer parte da investigação foram inquiridos todos os turistas enquadrados na população-alvo que aceitaram participar na pesquisa. Não se pode garantir, no entanto, que a população alvo (turistas *backpackers* de visita ao Porto) fique toda alojada em *hostels*. Há sempre a possibilidade de ficarem hospedados

em casa de amigos, de utilizarem serviços idênticos ao *Couchsurfing*, ou ainda de optarem, por variadíssimas razões, por ficarem hospedados numa unidade hoteleira. Mas ao selecionarmos um conjunto de *hostels* como ponto de inquirição e uma amostra dos seus hóspedes, as observações que dela forem feitas poderão ser generalizadas à totalidade da população uma vez que a amostra apresenta características idênticas à da população, sendo por isso representativa. Procurou-se ainda **garantir uma heterogeneidade espacial**, para que os *hostels* não se localizassem todos na mesma rua, bairro ou freguesia. No entanto, os *hostels* que aceitaram participar nesta investigação estavam maioritariamente concentrados nas ruas mais centrais da cidade. Sendo ainda importante ter em atenção a amostragem temporal, **efetuou-se o inquérito em diferentes dias da semana e em diferentes momentos do dia**.

Devido a constrangimentos temporais e financeiros não foi possível inquirir mais do que 293 *backpackers*. Um aumento do número de questionários e de rastreamentos implicaria um alargamento substancial do período de recolha de dados o que comprometeria a conclusão desta investigação.

A qualidade e validade dos resultados vai depender, como referido anteriormente, da dimensão da amostra inquirida e o número de pessoas a inquirir depende da precisão desejada, o que nem sempre é fácil de indicar (Ghiglione & Matalon, 1995). Não havendo estatísticas oficiais para o número de turistas *backpackers* que visitam o Porto, procedeu-se ao cálculo de uma estimativa de turistas deste segmento de mercado. Este cálculo foi realizado de duas formas distintas: a partir do número total de camas existentes em todos os *hostels* da cidade e a partir da informação apresentada por Costa *et al.* (2014) que refere que 10.9% dos turistas que visitaram o Porto em 2013 ficaram alojados em *hostels*.

Em 2017 existiam aproximadamente 2023 camas nos *hostels* localizados no Porto e na freguesia de Santa Marinha em Vila Nova de Gaia representando um potencial máximo de 738.395 dormidas. Tendo em consideração que em 2017, segundo o Instituto Nacional de Estatística, a taxa líquida de ocupação-cama da totalidade dos alojamentos locais da região Norte foi de 34.3%, o número provável de dormidas de *backpackers* alojados em *hostels*, não terá excedido, no melhor dos cenários, os 254 mil. Este número tem em consideração a taxa de ocupação de todos os alojamentos locais existentes na região Norte e não considera em exclusivo a taxa de ocupação dos *hostels*. Pode-se assim assegurar que o número de *backpackers* não ultrapassará os 254 mil/ano.

Se tivermos em consideração que segundo Costa *et al.* (2014), em 2013, 10.9% dos turistas que visitaram a cidade ficaram alojados em *hostels* e que de acordo com os dados do Instituto Nacional de Estatística foram contabilizados, nesse mesmo ano, 1.047.747 hóspedes em todo o concelho, pode-se estimar o número de *backpackers* em 114.204 ($1047747 \times 0,109$).

Para uma população alvo de 254.000 turistas *backpackers*, um nível de confiança de 95% e uma margem de erro de 5%, será necessário uma amostra de 384 questionários. Se se tiver em consideração uma população alvo de 114.000 *backpackers*, será necessário uma amostra de 383 questionários. Para uma margem de erro de 6%, serão necessários 267 questionários.

6.5.2. Recolha de dados por questionário e rastreamento GPS (*smartphone app*)

Como se verificou anteriormente, os questionários são muito utilizados em investigações em turismo e “consistem na aplicação de um conjunto de questões sobre uma temática específica, a indivíduos que representem uma população. Os dados recolhidos permitem justificar teorias e comportamentos, permitindo a adoção das estratégias mais adequadas” (Ketele, 1993, citado por Almeida, 2009, p.180). Por conseguinte, são habitualmente classificados como instrumentos estandardizados tanto no texto das questões como na sua ordem (Ghiglione & Matalon, 1995).

Como referem Hill & Hill (2009) não é fácil elaborar um bom questionário porque as hipóteses a testar dependem, quer das hipóteses gerais e dos métodos da investigação, quer dos métodos para analisar os dados, aspeto reforçado por Ghiglione & Matalon (1995, p.118) em que “a conceção e a redação de um questionário são inteiramente determinadas pela exploração estatística que para ele esteja prevista”. Como nesta investigação, a maioria das variáveis (relativas ao perfil dos turistas *backpackers*; características da viagem e da visita; atrações e atividades realizadas e mobilidade) são medidas a partir das perguntas do questionário ter-se-á em especial atenção o tipo de perguntas usadas e o tipo de respostas e as escalas de medida, associadas às mesmas.

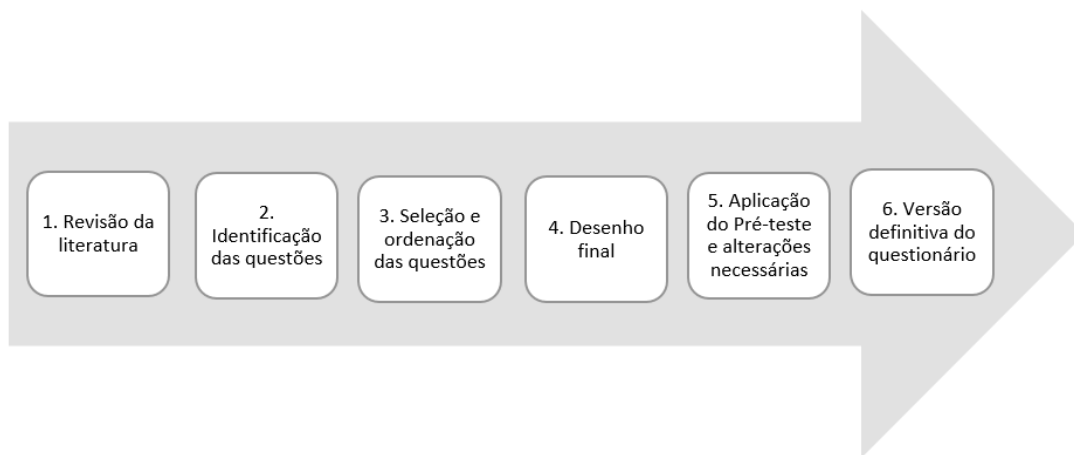
Uma vez que se conhece bem a natureza das variáveis mais relevantes em estudo e se pretende obter informação quantitativa sobre as mesmas, optou-se por um questionário constituído maioritariamente por perguntas fechadas, em que o respondente tem de escolher entre respostas alternativas fornecidas pelo investigador. Apesar de conscientes do risco do investigador impor os seus conceitos e o seu vocabulário,

podendo colocar o respondente perante a sua própria conceção do fenómeno a estudar, obrigando-o a aceitar a sua própria interpretação (Ghiglione & Matalon, 1995) e do facto de, por vezes, a informação das respostas não ser muito rica e conduzirem a conclusões demasiado simples (Hill & Hill, 2009), de acordo com Quivy & Campenhould (1998, p.189) a utilização de questionários é especialmente adequada em casos em que é necessário interrogar um grande número de pessoas e em que surge um problema de representatividade. Segundo estes autores (1998, p.189), a aplicação de questionários dá ainda “a possibilidade de quantificar uma multiplicidade de dados e de proceder, por conseguinte, a numerosas análises de correlação”. A utilização de perguntas fechadas facilita ainda a aplicação de análises estatísticas mais ou menos sofisticadas, para analisar as respostas (Hill & Hill, 2009).

Optou-se assim, pela construção de um questionário de administração direta, por ser o próprio inquirido a preenche-lo. A grande maioria dos questionários foram administrados em formato papel e o investigador esteve sempre presente durante o preenchimento do mesmo, fornecendo todas as informações necessárias ao seu correto preenchimento e todas as explicações solicitadas pelos inquiridos. Alguns questionários foram respondidos *on-line* (11.6%).

O desenho do questionário teve como objetivo a recolha de dados de forma a permitir dar resposta aos objetivos desta investigação, descritos anteriormente, e ao teste das hipóteses de investigação. O número de questões selecionadas foram consideradas as necessárias para responder aos objetivos e ao teste das hipóteses. A estrutura do questionário teve ainda em consideração a objetividade e clareza das questões de forma a permitir obter o maior número de respostas.

O questionário foi planeado de acordo com a metodologia geral de investigação (figura 17) e o modelo concetual da investigação (figura 19) e que de forma integrada inclui um conjunto de etapas devidamente interligadas (figuras 20 e 21). A revisão da literatura incidiu sobre o turismo e turistas *backpackers*, o comportamento espaciotemporal dos turistas e sobre as técnicas e métodos de análise do comportamento espaciotemporal dos turistas, com especial destaque para a geografia temporal e para as técnicas modernas de rastreamento.



Fonte: Adaptado de Almeida (2009).

Figura 21. Metodologia para a elaboração do questionário

De seguida, procedeu-se à seleção de todas as questões consideradas pertinentes, analisando-se a sua relevância e adequabilidade ao questionário a aplicar, definindo também a sequência das questões.

Foi tido em consideração a redação de um pedido de cooperação no preenchimento do questionário com uma curta justificação da sua aplicação, referindo o seu objetivo principal. De forma a acentuar a natureza académica da investigação, foi também colocada a identificação da Universidade de Aveiro e uma declaração formal a salientar a confidencialidade das respostas.

Após o desenho final do questionário, foi aplicado um pré-teste que tal como na investigação de Almeida (2009), permitiu, essencialmente:

- I. Validar a estrutura do questionário;
- II. Testar a formulação das questões;
- III. A sua sequência;
- IV. O *layout* do questionário;
- V. A familiaridade do entrevistado com a terminologia utilizada;
- VI. O tempo médio de resposta;
- VII. E ainda as questões a modificar, retirar ou até mesmo, incluir.

O pré-teste permitiu avaliar a adequação do questionário a utilizar, nomeadamente o tempo de preenchimento do mesmo, a compreensão do vocabulário utilizado tanto na língua portuguesa como inglesa e a compreensão das questões por parte dos *backpackers*. Por sugestão de um experiente investigador que participou no pré-teste,

procedeu-se à alteração da questão 20.1 tendo sido introduzida a escala de *Likert*. Apesar de não ter sido necessário efetuar mais alterações/ajustes na sua forma e conteúdo, a dimensão e o tempo de preenchimento de cada questionário foram aspetos menos positivos apontados com alguma frequência.

Depois de reformulado e ajustado, apresenta-se a versão definitiva do questionário (em anexo), estruturado em duas partes:

1.^a Parte

- Perfil dos turistas *backpacker* (características dos turísticos);
- Características da viagem;

2.^a Parte

- Características da visita;
- Comportamento espaciotemporal/Mobilidade;
- Atrações visitadas e atividades realizadas

6.5.2.1. Desenho do questionário

O desenho do questionário permite dar uma visão global e integrada à forma como esta investigação vai ser operacionalizada. Nos quadros 27, 28, 29, 30 e 31 encontram-se identificadas as principais variáveis em análise e respetivas escalas de medição bem como a sua operacionalização. Além disso é indicada a referência bibliográfica de cada variável.

Quadro 27. Operacionalização das características dos turistas *backpackers*

Fatores	Escalas/variáveis	Codificação/operacionalização	Referência bibliográfica
País de origem	País de residência Distância ao país de residência	País de residência Visitantes <i>short haul/long haul</i>	Caldeira (2014); Caldeira & Kastenholz (2015); Loker-Murphy (1997)
Idade	Idade	Resposta aberta	
Género	Género	Masculino; Feminino.	
Escolaridade	Nível de escolaridade	Não completou ensino secundário; Ensino Secundário; Licenciatura; Mestrado; Doutoramento.	Adaptado de Xiao-Ting & Bi-Hu (2012)
Ocupação	Ocupação profissional	Estudante; Desempregado; Empregado <i>full-time</i> ; Empregado <i>part-time/casual</i> ; Outro.	Pearce, Murphy, & Brymer (2009)
Ciclo de vida	- Estado Civil	- Solteiro; - Casado; - União de facto; - Divorciado(a); - Viúvo(a).	
	- Número de filhos - Idades dos filhos	- Respostas abertas [operacionalizada posteriormente em: - Jovem solteiro; - Solteiro de meia idade; - Casal jovem (sem filhos); - Família jovem (com filho(s) <6 anos);	Xia (2007); Xia <i>et al.</i> (2010)

		- Família de meia idade (crianças 6-15 anos); - Família madura (criança(s) >15 anos); - Outro.]	
Número de viagens internacionais	- Número de longas viagens internacionais realizadas nos últimos 5 anos (viagens internacionais com duração superior a 7 dias)	- Número de viagens internacionais com duração superior a 7 dias, realizadas nos últimos 5 anos. (resposta aberta)	Richards (2015)
Rendimentos anuais	- Rendimentos anuais (em Euros)	<3000 3000-7000 7001-14000 14001-20000 >20000	Adaptado de Xiao-Ting & Bi-Hu (2012)

Fonte: Construção do autor.

Quadro 28. Operacionalização das características da viagem

Fatores	Escalas/variáveis	Codificação/operacionalização	Referência bibliográfica
Tipo de viagem	- Viagem internacional multideestino - Viagem intradestino	Se é estrangeiro, visitou algum país antes da chegada a Portugal? Não; Sim, Quais? - Planeia visitar mais países depois de Portugal? Não; Sim, Quais? - Visitou alguma cidade portuguesa antes de chegar ao Porto? Não; Sim, Quais? - Planeia visitar mais cidades portuguesas além do Porto? Não; Sim, Quais?	Pearce, Murphy, & Brymer (2009)
Características/ tipologias da viagem	- Tipo de viagem: - Viagem de curta duração; - Férias de curta duração dos estudos/trabalho; - Férias de longa duração dos estudos/trabalho; - <i>Gap Year</i> antes do início dos estudos secundários/universitários; - <i>Gap Year</i> depois de graduação dos estudos secundários/universitários/fim de serviço militar; - Estudar no estrangeiro (ex. Erasmus); - Praticar voluntariado; - Outro(s). - Identificação de aparelhos tecnológicos com que viaja.	Registo das características da viagem. - <i>Smartphone</i> ; - <i>Tablet</i> ; - Computador portátil; - outros.	Adaptado de Pearce <i>et al.</i> (2009)
Grupo de viagem	- Tamanho do grupo - Características do grupo:	- Número de acompanhantes - Viajo sozinho; - Viajo com a minha namorada(o); - Viajo com um amigo próximo que começou a viagem comigo; - Viajo com um grupo de amigos chegados que começaram esta viagem comigo; - Viajo com novos amigos que fui conhecendo nesta viagem. - Viajo com familiares;	Caldeira (2014); Koo, Wu, & Dwyer (2012) Adaptado de Pearce <i>et al.</i> , (2009)

Quadro 29. Operacionalização das características da visita

Fatores	Escalas/variáveis	Codificação/operacionalização	Referência bibliográfica
Motivações e interesses	<ul style="list-style-type: none"> - Crescimento pessoal e social (autoconhecimento e autoaperfeiçoamento): <ul style="list-style-type: none"> • Melhoria das competências pessoais • Conhecer-me e compreender-me • Desenvolver e atualizar capacidades pessoais; • Auto-teste • Mudar carácter/características pessoais; • Liberdade e independência • Realizar o sonho de uma vida/ambição - Interação Social; <ul style="list-style-type: none"> • Fazer/construir amizade com outros (conhecer novas pessoas); • Desenvolver amizades mais próximas / fortalecimento de relações; • Associarem-se a outros viajantes; • Comunicar e aprender com outros <i>backpackers</i>; • Tornar-se diferente dos outros; • Procurar a “cara-metade”/ter relações românticas; • Interação com locais - Experiências no destino; <ul style="list-style-type: none"> • Comunicar com população local; • Experienciar coisas que só se fazem uma vez na vida/experiências excitantes; • Experienciar o modo de vida local/estrangeiro; • Experienciar lugares conhecidos e da moda; • Satisfazer a curiosidade sobre coisas novas; • Passar bons momentos com amigos; • Vida noturna e entretenimento; • Festivais, concertos e teatros; • Aprender línguas estrangeiras; • Observar paisagens naturais e culturas/contacto com a natureza; • Viver aventuras; • Reviver bons momentos do passado; - Fuga e relaxamento; <ul style="list-style-type: none"> • Escapar à rotina da vida diária e do trabalho; • Relaxar psicologicamente e mentalmente; • Atmosferas/ambientes calmos; • Estar em segurança e afastado de multidões; - Conhecimento Cultural; <ul style="list-style-type: none"> • Contactar, conhecer e compreender a cultura, história e sociedade locais; • Explorar outras culturas e aumentar conhecimentos; • Autenticidade; - Viagem económica; <ul style="list-style-type: none"> • Viajar com orçamento reduzido; • Destinos com preços mais baixos; • Procura de alojamento e transportes de preços reduzidos; - Preferência por <i>backpacking</i> e conformidade. <ul style="list-style-type: none"> • Preferência por viajar ao estilo <i>backpacker</i>; • Preferência por um destino em particular; • Acompanhar amigos e familiares; • Influência de outros <i>backpackers</i> e oportunidade em viajar; • É um destino que está na moda, muito divulgado e publicitado • Existência de rede de transportes públicos. 	<p>(Escala de Likert)</p> <p>De 1 (nada importante) a 5 (muito importante)</p>	<p>(Chen, Bao, & Huang, 2014; Hecht & Martin, 2006; Hsu, Wang, & Huang, 2014; Larsen, Øgaard, & Brun, 2011; Loker-Murphy, 1997; Loker-Murphy & Pearce, 1995; Maoz, 2007; Mikulic <i>et al.</i>, 2016; Mohsin & Ryan, 2003; Murphy, 2001; Oliveira-Brochado & Gameiro, 2013; Paris & Teye, 2010; Pearce <i>et al.</i>, 2009; Richards & Wilson, 2004; Riley, 1988; Uriely, Yonay, & Simchai, 2002)</p>
Grupo de viagem	<ul style="list-style-type: none"> - Tamanho do grupo - Características do grupo: 	<ul style="list-style-type: none"> - Número de acompanhantes (resposta aberta) - Viajo sozinho; - Viajo com a minha namorada(o); - Viajo com um amigo próximo que começou a viagem comigo; - Viajo com um grupo de amigos chegados que começaram esta viagem comigo; - Viajo com novos amigos que fui conhecendo nesta viagem. - Viajo com familiares; 	<p>Caldeira (2014); Koo <i>et al.</i> (2012)</p> <p>Adaptado de Pearce <i>et al.</i> (2009)</p>

	- Presença de crianças no grupo	Resposta aberta [Operacionalizada por Presença de crianças < 6 anos; Presença de crianças 6-15 anos; Presença de crianças > 15 anos]	Becken <i>et al.</i> (2008); Koo <i>et al.</i> (2012); Moore <i>et al.</i> , (2009); Xia <i>et al.</i> (2010)
Organização da visita/Preparação da visita	- Viagem organizada e viagem independente	- Participação em tour organizado (Não; Sim; Qual?) - Presença de guia turístico; (Não; Sim)	Caldeira (2014); Koo <i>et al.</i> (2012); Xia <i>et al.</i> (2010)
Orçamento temporal (duração e fase da estada)	- Número de noites no destino - Dia de visita	- 1 a 3 noites; - 4 a 5 noites; - 6 a 7 noites; ≥ 8 noites. - Primeiro dia; - Dia intermédio; - Último dia de visita	A. Caldeira (2014); Lew & McKercher (2006); Mckercher & Lau (2008); Zakrisson & Zillinger (2012) A. Caldeira (2014)
Conhecimento e familiaridade com o destino	- Visitas anteriores ao destino - Fontes de informação utilizadas: - família e amigos; - outros viajantes; - artigos em revistas e jornais; - Guias de viagem (Lonely Planet, Rough Guide...); - Brochuras de tours; - Blogs internet; - Redes Sociais (Facebook...); - Agentes de viagem; - Agências de viagem para estudantes e <i>backpackers</i> ; - Exposições e eventos de viagens; - Motores de pesquisa on-line (Google...); - Sítios de internet de autoridades oficiais de turismo (ex. www.portoenorte.pt/) - Sítios de internet de companhias aéreas; - Sítios de internet para reserva de alojamento (hostelworld.com , booking.com ...); - Revistas de viagens on-line; - outros sítios de internet sobre viagens. - Aquisição do cartão de descontos Porto Card - Sem transporte; - Com transporte	- Visitantes 1ª vez; - Repetentes. - Antes da visita; - Hoje, durante o dia de visita; - Para reservar; - Não usou; - Sim/Não (resposta binária)	Caldeira (2014); Lau & McKercher, (2004) Adaptado de Pearce <i>et al.</i> (2009)
Alojamento em Hostel	Tipo de quarto	- Dormitório misto; - Dormitório feminino; - Quarto duplo; - Quarto individual; - Quarto familiar; - Quarto duplo Superior; - Outro.	
Despesas de viagem	Gastos diários num típico dia de visita (Euros) - Alojamento; - Comida em restaurantes e cafés; - Alimentos comprados em lojas e mercados; - Tours e outras atividades (quando gastam); - Combustível; - Tarifas de transporte/aluguer; - Álcool e entretenimento; - Compras em geral e souvenirs; - Outros.	Resposta aberta:	Loker-Murphy (1997); Pearce <i>et al.</i> (2009)

Fonte: Construção do autor.

Quadro 30. Operacionalização das características do destino

Fatores	Escalas/variáveis	Codificação/operacionalização	Referência bibliográfica
Estado do tempo/condições meteorológicas (questionário)	- Influência do estado do tempo nos planos da visita.	- A previsão do estado do tempo para hoje influenciou os planos de visita? (Escala de Likert) De 1 (nada importante) a 5 (muito importante)	Adaptado de Mc Kercher <i>et al</i> (2014)
Orografia/Morfologia irregular	Declives do terreno (%)	Construção de mapa de declives em ambiente SIG.	

Fonte: Construção do autor.

Quadro 31. Operacionalização do comportamento espaciotemporal/mobilidade dos *backpackers*

Fatores	Escalas/variáveis	Codificação/operacionalização	Referência bibliográfica
Territorialidade (rastreamento GPS)	- Distância total percorrida; - Ponto máximo de afastamento do alojamento; - Movimento/atividade por área	- Quilómetros; - Quilómetros - Percentagem de tempo gasto por área	(Dejbakhsh <i>et al.</i> , 2011; N. G. Espelt & Benito, 2006; Hunt & Crompton, 2008; Keul & Kühberger, 1997; Zakrisson & Zillinger, 2012) Lew & Mc Kercher (2006) adaptado por Caldeira (2014) (Edwards <i>et al.</i> , 2009; Fennel, 1996; Mc Kercher <i>et al.</i> , 2012; Shoval, 2008)
Linearidade (rastreamento GPS)	- Tipologia da geometria do percurso	1. Ida e volta 2. Padrão circular 3. Complexo (exploração ou ida e volta com padrões circulares)	Lew & Mc Kercher (2006); Adaptado de Caldeira (2014).
Locomoção (Questionário e rastreamento GPS)	- Meio de locomoção: - Andar a pé; - Transportes públicos; - Automóvel próprio/alugado; - Transporte comercial/turístico - Tempo em movimento (rastreamento GPS)	Binária (Sim/Não) - Rácio (%) de tempo em movimento em relação à duração total da visita	Lew & Mc Kercher (2006); Adaptado de Caldeira (2014). Fennel (1996); Keul & Kühberger, (1997), adaptado de Caldeira (2014).
Orientação (questionário)	- Desorientação - Instrumentos/estratégias de apoio utilizados na orientação; Qual ou quais as razões pelas quais se perdeu?	- Número de vezes que o turista se perdeu ou se sentiu desorientado. - Marcos da paisagem urbana; - Sinalização urbana; - Mapas tradicionais; - Pedidos de informação; - GPS (automóvel/portátil); - <i>App Smartphone</i> ; (binária, sim/não). - Orientação errada através dos marcos na paisagem urbana (edifícios, praças...); - Sinalização urbana errada; - - Leitura incorreta dos mapas tradicionais; - Informação transmitida cara a cara de forma incorreta; - <i>Software</i> do GPS (automóvel/portátil) desatualizado; - <i>App Smartphone</i> funciona incorretamente	(Caldeira, 2014; Xia, 2007) Adaptado de Caldeira (2014) e Xia (2007).
Intensidade (Questionário e rastreamento GPS)	- Atrações (questionário) - Duração da visita (rastreamento GPS)	-Número de atrações visitadas; - Número de atividades; - Em horas/minutos	(N. G. Espelt & Benito, 2006; Hunt & Crompton, 2008; Leung <i>et al.</i> , 2012; Mckercher & Lau, 2008) Caldeira (2014); Mckercher & Lau (2008) (Espelt & Benito, 2006; Mc Kercher <i>et al.</i> , 2012; Xia, 2007)
Especificidade (Questionário)	- Identificação das atrações visitadas	- Registo das atrações visitadas (por ordem de visita): - Atração vida selvagem (Sea Life Center, Parque Biológico de Gaia);	Adaptado de Caldeira (2014); Mill & Morrison (1992); www.visitporto.pt

<ul style="list-style-type: none"> - Casinos (Póvoa do Varzim; Espinho); - Caves de Vinho e Quintas (ribeira de Vila Nova de Gaia; vale do Douro); - Cemitérios (Agramonte; Prado do Repouso; Lapa); -Centros de exposições e Galerias de arte (Rua Miguel Bombarda) - Entretenimento/Teatros/salas de concertos (Casa da Música; Teatro Nacional S. João) - Igrejas/templos religiosos (Igreja de S. Francisco, Sé Catedral, sinagoga) - Localidade fora do Porto (tour a Guimarães, Braga, vale do Douro) - Lojas, mercados e centros comerciais (Bom Sucesso, Bolhão, Ferreira Borges, Via Catarina, <i>NorteShopping</i>) - Miradouros (Sé; Jardins do Palácio de Cristal; Serra do Pilar; Vitória) - Monumentos/Edifício histórico (Torre dos Clérigos; Estação de São Bento; Palácio da Bolsa; Casa do Infante; Café Magestic; Livraria Lello) - Museus e Centros temáticos (Museu do FCP; Museu de Serralves; <i>World of Discoveries</i>; Centro Português de Fotografia; Museu da Misericórdia; Museu Nacional Soares dos Reis, Museu Romântico; Museu do carro Elétrico) - Parque e jardins (Jardim de Serralves; Palácio de Cristal) - Praias/Costa -Pontes (D. Luís I; D. Maria Pia, Arrábida) - Zona Histórica - Outro tipo de atração. 	<ul style="list-style-type: none"> - Variedade de atrações visitadas - Atividades realizadas 	<p>Adaptado de Caldeira (2014); Mill & Morrison (1992); www.visitporto.pt</p>
<ul style="list-style-type: none"> - Registo das atividades realizadas: - Ir a restaurante/café; - Visita a atrações; <ul style="list-style-type: none"> - Passear a pé; - Prática de desporto (surf, canoagem, canyoning) - Aulas/cursos e Workshops (aulas de surf...) - Cruzeiro no rio Douro (cruzeiro das pontes, 1 dia) - Visita a galerias de arte; - Tour organizado na cidade; - Excursão organizada ao vale do Douro; - Excursão realizada a Guimarães/Braga - Compras; - Ir à praia; - Assistir a espetáculos; - Passeios na natureza (passadiços do Paiva); - Outra(s) atividade(s). 		

Fonte: Construção do autor.

6.5.2.2. Descrição da *app* GPS e seu funcionamento

O rastreamento espaciotemporal foi efetuado através da aplicação “Open GPS Tracker” que permitiu recolher dados georreferenciados relativos à dimensão movimento (territorialidade, linearidade e locomoção) e à dimensão multiatração (intensidade), nomeadamente, a distância total percorrida durante o dia de visita, ponto máximo de afastamento ao alojamento, geometria do percurso, proporção do tempo em movimento e duração da visita.

Existem no mercado inúmeras aplicações que permitem fazer rastreamentos de percursos com grande precisão, utilizando o GPS disponível nos *smartphones*. Foram selecionadas várias aplicações gratuitas que operam em diferentes sistemas operativos e testadas em vários percursos (caminhadas em áreas urbanas e viagens de automóvel). Como existem no mercado, *smartphones* que têm instalados diferentes sistemas operativos – *Android*, *iOS*, *Windows phone*, *Firefox OS*, entre outros – as aplicações informáticas disponíveis num determinado sistema operativo não se encontram sempre disponíveis nos restantes sistemas operativos. Atualmente, os sistemas que dominam o mercado dos telemóveis são o *Android* e o *iOS*. O primeiro, desenvolvido pela conhecida empresa Google, é de utilização livre e o mais utilizado em todo o mundo, o segundo, desenvolvido pela Apple, só pode ser utilizado nos seus dispositivos (*iPHONE*, *iPAD*, *iPOD*). O *Windows Phone* foi desenvolvido pela Microsoft.

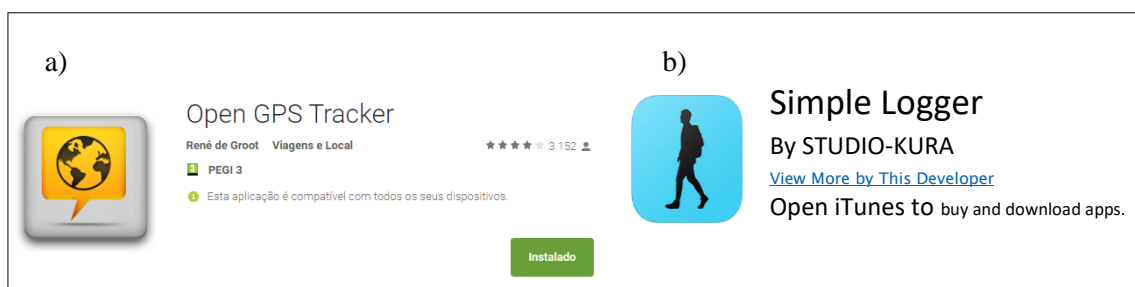


Figura 22. Aplicações utilizadas no rastreamento: a) “Open GPS Tracker” na Play Store (*Android*); b) “Simple Logger” iOS Store (*Apple*).

Independentemente do sistema operativo, os critérios de seleção da aplicação mais adequada à presente investigação foram os seguintes:

- i. *Download* rápido da aplicação;
- ii. Não haver necessidade de registo;
- iii. Gravação dos percursos e possibilidade de exportação dos mesmos através de ficheiros com extensão GPX e KMZ;

-
- iv. Funcionar em segundo plano, sem comprometer o normal funcionamento do *smartphone*;
 - v. Disponibilizar distâncias percorridas, altitude e velocidade;
 - vi. Possibilidade de definir o grau de resolução, o intervalo de registo em segundos e em metros;
 - vii. Não consumir muita bateria do *smartphone*;
 - viii. Utilização fácil e intuitiva;

O funcionamento de todas estas aplicações é bastante semelhante e uma vez que o sistema operativo *Android* é o mais utilizado em todo o mundo, espera-se que a aplicação “*Open GPS Tracker*” seja a mais utilizada, pelo que se descreve a seguir, com um pouco mais de pormenor, a sua utilização.

A aplicação “*Open GPS Tracker*”, construída para *smartphones Android*, permite rastrear percursos, gravando as coordenadas geográficas no próprio dispositivo. Permite ainda a sua partilha em ficheiros com vários formatos como GPX ou KMZ e ainda o envio de gráficos e textos relativos à velocidade (média e máxima), altitude (máxima e amplitude altimétrica), duração da viagem e distância percorrida. O seu *download* é rápido e a sua utilização é muito fácil e intuitiva, encontrando-se bem classificado pelos utilizadores na *Play Store*. Permite ser ajustado em relação a um conjunto variado de funcionalidades como a precisão, intervalo de tempo de registo dos pontos georreferenciados, intervalo de distância de registo dos mesmos, entre outros, possibilitando o normal funcionamento do *smartphone* sem comprometer o rastreamento, já que este pode ser efetuado em segundo plano, consumindo pouca energia.

Como referido no capítulo cinco (secção 5.2.2.), a utilização conjunta de vários sensores e tecnologias presentes nos *smartphones* fazem deste aparelho, um verdadeiro sistema de rastreamento híbrido com inúmeras potencialidades. Não obstante, a utilização de *smartphones* em estudos académicos está ainda numa fase inicial (Birenboim & Shoval, 2015; Shoval & Ahas, 2016). Thimm & Seepold (2016) desenvolveram uma aplicação GPS para *Android*, e compararam a sua utilização com um equipamento GPS, verificando que a maior parte dos turistas abordados e que aceitaram participar no estudo (maioritariamente pessoas de idade avançada e com mais relutância em relação à utilização de novas tecnologias) acabavam por não fazer o *download* da aplicação para os seus *smartphones*. Num outro contexto, Yun & Park (2014) utilizaram com sucesso uma *app* GPS na análise do movimento espacial e temporal de visitantes de

um festival numa área rural da Coreia do Sul, com 72,6% dos participantes a reenviarem aos investigadores a informação recolhida durante os cinco dias do evento.

A utilização de uma aplicação GPS, de acesso livre e gratuito, para rastrear turistas numa investigação sobre o seu comportamento espaciotemporal, num contexto urbano multiatração, não foi ainda muito utilizada. Recentemente, Yun, Kang, & Lee (2018) utilizaram uma conhecida plataforma de internet sul-coreana (<http://www.tranggle.com>) para recolher percursos de turistas de visita a um destino urbano, conseguindo a participação de 339 turistas, ou seja 61.19% daqueles que concordaram em participar na investigação. No final, conseguiram obter 233 (42.06%) participações válidas. Esta técnica de recolha difere da utilizada neste estudo, pelo facto dos rastreamentos terem de ser carregados pelos turistas no sítio www.tranggle.com, enquanto nesta investigação, os turistas enviam/partilham por correio eletrónico o ficheiro correspondente ao percurso efetuado.

No presente estudo, o investigador, depois de abordar os turistas durante a manhã quando estes se preparavam para sair do *hostel* e obter a sua colaboração para participarem na investigação, explica-lhes sucintamente o objetivo da pesquisa e a necessidade de instalação de uma aplicação GPS no seu *smartphone*, salientando que o investigador só terá acesso aos dados após a chegada dos turistas ao alojamento, reforçando a ideia que o rastreamento nunca seria monitorizado por ninguém em tempo real e que os turistas participantes teriam sempre que proceder ao envio dos dados recolhidos através de correio eletrónico, após a sua chegada ao *hostel*. Posteriormente, acompanha-os até à rua, para dar início à *app* e prestar a ajuda necessária à obtenção de sinal GPS. Foi também entregue um documento (em anexo) com instruções escritas de forma clara e objetiva sobre o funcionamento da aplicação descarregada, bem como os contatos do investigador, numa tentativa de facilitar a resolução de eventuais problemas. À chegada ao *hostel*, os participantes interrompem o rastreamento e procedem ao envio do ficheiro gravado em formato GPX, através de correio eletrónico.

6.6. Análise de dados

Dada a quantidade e diversidade de informação recolhida proceder-se-á a uma análise quantitativa dos dados recolhidos nos questionários com recurso ao *software* IBM SPSS, versão 22 para Windows. Após a análise descritiva, realizar-se-á a análise bivariada. Com o objetivo de encontrar padrões de visita em relação ao comportamento espaciotemporal dos turistas, recorrer-se-á ao uso do *software* ClustalG e ao *software* Treeview. A análise espacial será realizada com o *software* QGIS 3.2.0.

6.6.1. Análise espacial

A análise espacial foi realizada com recurso a um Sistema de Informação Geográfica (S.I.G.) conhecido por QGIS 3.2.0, de acesso livre e código-fonte aberto. É gratuito, está em constante desenvolvimento e disponibiliza uma extensa documentação de ajuda. Este *software* permite visualizar, armazenar, gerir, editar e analisar dados georreferenciados bem como construir um variado conjunto de cartografia temática.

Segundo Mcadam (1999, p.78) “*um S.I.G. pode ser genericamente definido como uma base de dados relacional capaz de tratar dados espaciais (na forma de mapas digitalizados) e dados de atributos (correspondentes a conjuntos de dados na forma de registos alfanuméricos)*”. Os Sistemas de Informação Geográfica foram desenvolvidos com o objetivo de ajudar na resolução de problemas reais relacionados com o planeamento e ordenamento territorial onde se podem destacar os problemas ambientais, a localização de atividades humanas ou a gestão de redes de transporte. A principal vantagem da tecnologia S.I.G. é a sua capacidade de fornecer mapas e permitir a manipulação de dados com o intuito de identificar padrões ou relações a partir de critérios específicos (Mcadam, 1999). Mas a sua utilização tem sido também alargada à atividade turística contribuindo, por exemplo, no fornecimento de mapas de base digitais, na disponibilização de ficheiros digitais para o mapeamento *on-line*, na construção de mapas de atrações e de mapas interativos para *websites* turísticos (Jovanović & Njeguš, 2008), entre outros. Com a evolução tecnológica e a crescente capacidade de processamento de dados, os S.I.G. têm sido utilizados na atividade turística, segundo Li, Fang, Huang, & Goh (2015), como ferramenta de apoio à decisão espacial e como ferramenta de suporte em estatísticas espaciais, integrando dados e analisando eventuais padrões espaciais do turismo (Chhetri, 2015; Grinberger *et al.*, 2014; Lau & McKercher, 2006; van der Knaap, 1999). Em investigações ligadas ao comportamento espaciotemporal dos turistas é possível encontrar o recurso a *software* S.I.G. em vários trabalhos, como os desenvolvidos por Caldeira (2014), Chhetri, (2015), De Cantis *et al.* (2016), Ferrante *et al.* (2016), Grinberger *et al.* (2014), Kwan (2000), Lau & McKercher (2006), McKercher *et al.* (2012), van der Knaap, (1999), Yun, Kang, & Lee (2018), Yun & Park (2014), entre outros.

Um S.I.G trabalha com um variado conjunto de dados espaciais georreferenciados (pontos, linhas ou áreas) associados a um conjunto de atributos. A informação é organizada em camadas (ou *layers*) consistindo cada uma num conjunto selecionado de objetos associados. Nesta investigação, depois de identificados os temas

cartográficos procedeu-se à aquisição e integração da informação recolhida numa base geográfica.

Numa primeira etapa, foi criada a base de dados (BD) geográfica com todos os elementos necessários de acordo com os princípios básicos da estrutura vetorial tendo em conta a adequação da geometria em vetor (ponto, linha e polígono) aos elementos a serem representados, como os percursos turísticos rastreados (linhas e pontos), as atrações turísticas (pontos), os *hostels* (pontos) e o mapa das freguesias do concelho do Porto (polígonos). A base cartográfica do concelho do Porto foi descarregada em formato *shapefile* do sítio da internet da Direção Geral do Território (<http://www.dgterritorio.pt>) que disponibiliza a Carta Administrativa Oficial de Portugal em diferentes datas. Como a partir de 2013, a reforma administrativa implicou a união de várias freguesias, considerou-se pertinente utilizar o mapa com os limites das freguesias de 2011, que por terem uma área mais reduzida, permitem uma análise mais pormenorizada das freguesias mais visitadas e da duração do tempo de permanência de cada turista. Selecionou-se ainda a freguesia ribeirinha de Santa Marinha do concelho de Vila Nova de Gaia devido ao facto de aí se localizarem as Caves de vinho do Porto e por estar ligada pela ponte D. Luís à cidade do Porto, acabando por ser um destino muito frequentado.

Depois de importados os ficheiros GPX, referentes aos percursos efetuados pelos turistas, procedeu-se à sua conversão em ficheiros *shapefile* (linhas e pontos). A base de dados com a identificação e localização (latitude, longitude e altitude) das atrações e dos *hostels* existentes na cidade foi construída em formato XLS, importada para o QGIS e convertida em formato *shapefile* (pontos).

Com a ferramenta de análise *SpatialJoin* fez-se ainda a interseção dos ficheiros *shapefile* dos percursos com as freguesias tendo sido selecionado o atributo freguesia. O objetivo desta interseção é ter acesso ao tempo de permanência dos turistas em cada freguesia. Como no QGIS não é possível fazer este cálculo automaticamente, o quadro de atributos de cada percurso foi copiado para uma folha Excel e a duração da visita em cada freguesia foi calculada manualmente. Com esta informação foi também possível fazer a segmentação de cada visita tendo em conta as freguesias visitadas e a duração de permanência nas mesmas.

Com a ajuda do *software* Quantum GIS, igualmente de código aberto e utilização livre, foi criada uma grelha de quadrados com 50m de lado. Para o efeito, selecionou-se, no conjunto de ferramentas *Sextante*, a opção *Create Graticule*. Criada esta *shapefile*,

utilizou-se a ferramenta de geoprocessamento *intersectar* para fazer a intersecção entre a *shapefile* freguesias e a *shapefile* grelha 50mx50m, criando uma nova *shapefile* que foi posteriormente utilizada como base de cartografia temática relativa ao tempo total de permanência dos turistas em cada quadrícula, ao tempo médio de permanência dos turistas e ao número de passagens.

Serão ainda construídos mapas de quadrículas 3D e mapas de calor (*heatmap*) relativos à intensidade de passagens e ao tempo médio e tempo total de permanência que permitirão fazer uma leitura mais rigorosa das áreas mais visitadas bem como dos lugares onde os turistas passam mais tempo. Esta informação poderá ser complementada com o cruzamento da *shapefile* correspondente às atrações, entre outras. Os mapas de calor e os mapas de quadrícula 3D só serão apresentados e devidamente interpretados se a sua leitura acrescentar informações relevantes aos tradicionais mapas de quadrícula.

Os mapas de calor/*heatmap* ou densidade de *Kernel* foram construídos com a ajuda da ferramenta de processamento “Mapa Térmico (estimativa de densidade do núcleo)” disponível no *software* QGIS. Esta ferramenta calcula a densidade de um determinado fenómeno por área (m^2 ou km^2), usando dados vetoriais em pontos. Depois de definida a camada de pontos, selecciona-se o raio a partir do qual se especifica a distância à volta de um ponto. Nesta investigação, tendo em conta a dimensão da área de estudo, optou-se por um raio de 100. Por exemplo, se existirem 200 pontos dentro de um círculo com 100 metros de raio, a densidade de Kernel ($100m \times 100m \times \pi$) é de aproximadamente 0.005 ($200/31415.9$). Com esta ferramenta construiu-se um mapa relativo à intensidade de passagens, contabilizando o número de pontos por área e ainda um mapa relativo à intensidade de tempo de permanência dos turistas. Neste mapa seleccionou-se a opção “*weight from field*” correspondente ao tempo de paragem em cada ponto. Esta variável foi calculada manualmente em ambiente Excel e importada para a Quadro de atributos da *shapefile* que reúne todos os percursos efetuados. As restantes opções existentes na ferramenta de processamento “Mapa Térmico” não sofreram alterações.

6.6.2. Análise da sequenciação das visitas

O alinhamento sequencial como método de análise espaciotemporal das atividades humanas tem vindo a ser experimentado desde a década de 90 do século passado, pelas ciências sociais e humanas, embora de uma forma um pouco tímida, dada a escassez de trabalhos publicados. O *software* de alinhamento sequencial conhecido por CLUSTAL foi utilizado por Wilson (1998) na análise de padrões de atividade diários e

posteriormente desenvolvido e adaptado por Andrew Harvey, Julie Thompson e Clarke Wilson (Shoval & Isaacson, 2007a) para o reconhecimento de sequências de palavras de entrada de até seis caracteres e eliminando a restrição de 20 letras do *software* CLUSTAL utilizado até então na área da biologia, nomeadamente na análise de proteínas e moléculas nucleotídicas (Thompson-Maaloum & Wilson, 2005). Surge assim o *software* CLUSTALG, de acesso livre, que pode ser descarregado do sítio de internet www.stmarys.ca/partners/iatur/clustalG.

A utilização deste *software* veio dar um importante contributo para o estudo de sequências de atividades que ocorrem no espaço e no tempo, permitindo compreender uma dimensão integral adicional das atividades e reconhecer padrões existentes dentro dessa mesma dimensão (Shoval & Isaacson, 2007a). Num trabalho precursor aplicado à atividade turística onde se pretendeu demonstrar o potencial dos métodos de alinhamento sequencial como meio de agregar dados espaciotemporais mantendo a dimensão sequencial, Shoval & Isaacson (2007) utilizaram com sucesso o *software* CLUSTALG na identificação das atividades desenvolvidas – no espaço e no tempo - pelos visitantes do centro histórico da cidade de Akko (Acre). Mais recentemente, o mesmo método de análise foi utilizado por Shoval *et al.*, (2015) na cidade de Hong-Kong onde foram identificadas várias tipologias de turistas a partir dos seus padrões de comportamento espaciotemporais. Segundo estes mesmos autores, *“a análise de uma sequência de visitas pode contribuir para a construção de grupos tendo em conta os padrões de atividades realizadas, utilizando para o efeito, a construção de diagramas conhecidos por “trees” que dividem taxonomicamente as sequências e podem ainda contribuir para a deteção de padrões de comportamento em algumas ou em todas as sequências estudadas”* (p.79). Mais recentemente surgiu uma nova versão do *software* ClustalG - o ClustalTXY, igualmente projetado para a análise de sequências de eventos, permitindo alinhar sequências de elementos que possuem coordenadas geográficas (Wilson, 2016). Tendo em conta os objetivos desta investigação, optou-se pela seleção do *software* CLUSTALG, não só pelo seu potencial na deteção de padrões de comportamento espaciotemporal dos turistas *backpackers* num dia de visita à cidade do Porto, mas também pelo facto de já ter sido testado com sucesso em trabalhos aplicados à atividade turística como os de Shoval & Isaacson (2007) ou Shoval *et al.* (2015).

Para uma melhor compreensão de todo o processo de funcionamento, quer do método de alinhamento múltiplo, quer do *software* ClustalG, existe um conjunto de documentos *on-line* que podem ser gratuitamente descarregados juntamente com o *software* ou em

várias bases de dados de índole científica (Thompson-Maaloum & Wilson, 2005; Wilson, 2008; Wilson, Harvey, & Thompson, 1999; Wilson, 1998).

De uma forma genérica, o alinhamento sequencial utiliza algoritmos combinatórios para calcular medidas de similaridade ou distância entre sequências de caracteres que permitem representar eventos ordenados no tempo e no espaço (Wilson *et al.*, 1999). Com o alinhamento múltiplo tenta-se assim estabelecer uma correspondência entre duas ou mais sequências, sendo o ponto de partida para a construção de árvores filogenéticas ou dendrogramas.

O *software* ClustalG utiliza o método de alinhamento progressivo ou hierárquico para a construção de um alinhamento múltiplo ótimo que se baseia na aplicação sucessiva de métodos ótimos a todos os pares de sequências, depois a pares de pares, e assim sucessivamente, através de uma estrutura em árvore. São as distâncias entre pares de sequências que vão ser utilizadas para construir uma árvore que servirá de guia para a criação do alinhamento múltiplo. Por conseguinte, todos os pares de sequências são comparados entre si agrupando-se as sequências que apresentam maior *score* no alinhamento simples, pois são, as mais similares.

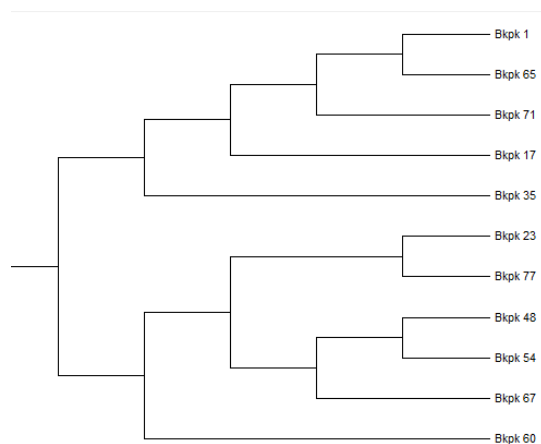


Figura 23. Representação esquemática de uma árvore guia

Observando a representação esquemática de uma árvore guia (figura 23), o programa ClustalG alinhou as sequências que têm maior *score*, ou seja, as sequências de visita de Bkpk1 e Bkpk65. Posteriormente compara a sequência obtida com a sequência de visita de Bkpk71 que tem a sequência mais semelhante com a resultante do alinhamento anterior, voltando a alinhar. Segue-se a comparação com a sequência de visita de Bkpk17 e assim sucessivamente. Desta forma, as sequências são adicionadas ao alinhamento múltiplo que é feito com base na estrutura da árvore- guia (das folhas para a raiz) que exhibe a ordem pela qual as sequências são escolhidas.

As sequências de eventos a alinhar são inseridas no ClustalG através do menu ARQUIVO. Devem encontrar-se todas num único ficheiro/arquivo, uma após a outra, sendo aceites vários formatos (Pearson / Fasta, CLUSTAL, NBRF / PIR, EMBL / Swiss Prot, GCG / MSF, GCG9 RSF e arquivo simples GDE). O formato Pearson ou Fasta foi o selecionado, tendo-se convertido o ficheiro Word da Microsoft com as sequências em estudo, num ficheiro “Texto simples (*.txt)” com codificação MS-DOS, de acordo com a figura que se segue:

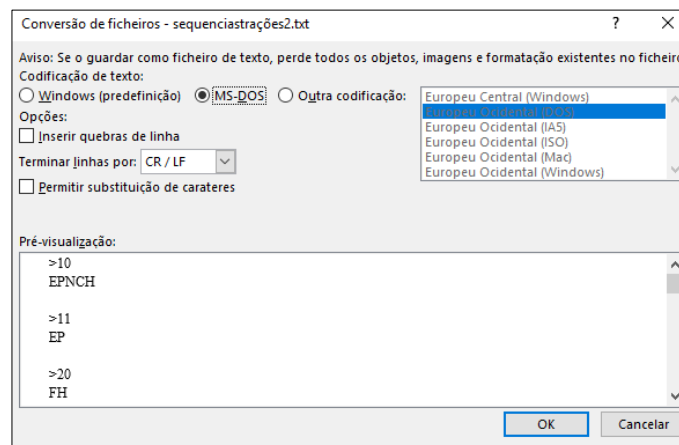


Figura 24. Conversão de ficheiro Word em formato Pearson ou Fasta.

Como podemos verificar na figura anterior, esse formato inicia cada registro de sequência com o símbolo “maior que” (>) e os caracteres na linha seguinte são tratados como um rótulo, que neste caso identificam os turistas. As linhas que seguem a primeira linha são tratadas como dados de sequência e são lidas até que outro símbolo “maior que” ou o caractere final do arquivo seja encontrado (Wilson, Harvey, & Thompson, 1999, p.5).

Na presente investigação a sequência de eventos foi realizada com recurso ao *software* Q.GIS que permitiu identificar o tempo de permanência de cada turista em cada freguesia. Com o processador de cálculo Excel da Microsoft calculou-se, para cada turista, o seu tempo de permanência num polígono ao qual correspondem as freguesias do concelho/cidade do Porto durante o seu dia de visita à cidade. Posteriormente, codificou-se cada freguesia/polígono com as seguintes letras:

A	Aldoar
B	Bonfim
C	Campanhã
D	Cedofeita
E	Foz do Douro

2. *Árvore-guia* - uma árvore é calculada a partir da matriz de distância, descrevendo os agrupamentos aproximados das sequências por semelhança;
3. *Alinhamento múltiplo* - as sequências são progressivamente alinhadas de acordo com a ordem de ramificação na árvore-guia;
4. *Análise de alinhamento* - uma árvore final de junção de vizinhanças pode ser construída com base no alinhamento múltiplo. Podem ainda ser calculadas algumas estatísticas de natureza qualitativa.»

O programa ClustalG permite também calcular árvores com os alinhamentos organizados por vizinhanças que poderão ser visualizadas noutros *softwares*, como por exemplo o “TreeView”, de licença livre, cuja versão 1.6.6 foi utilizada nesta investigação e descarregado de <http://taxonomy.zoology.gla.ac.uk/rod/treeview.html>. O TreeView é um programa criado para exibir e imprimir filogenias, sendo compatível com vários formatos de arquivos de árvore NEXUS (como os produzidos por PAUP e COMPONENT) e arquivos de árvore de estilo PHYLIP, como os utilizados nas várias versões Clustal (Page, 1996).

6.6.3. Análise estatística

A análise estatística dos dados recolhidos foi realizada da seguinte forma:

- 1) Estatística descritiva da totalidade dos questionários (n=293) que incidiu no:
 - a. Perfil do turista;
 - b. Características da viagem;
 - c. Características da visita ao destino Porto;
 - d. Comportamento espaciotemporal – mobilidade.
- 2) Análise bivariada dos dados recolhidos através dos rastreamentos e respetivos questionários (n=82).

A estatística descritiva incidiu na apresentação, análise e interpretação dos dados numéricos através da criação de instrumentos adequados (Reis, 2000) para um melhor entendimento dos fenómenos em estudo. Com a informação recolhida e devidamente tratada, privilegiou-se a clareza e a apresentação mais simples possível dos dados optando-se pela construção de quadros. O tratamento e análise de dados foram realizados com o programa de análise estatística IBM SPSS, versão 22 para Windows (IBM Corp. Released, 2013).

A caracterização das variáveis em estudo foi feita através da mediana, média e do desvio-padrão (variáveis quantitativas) e de frequências absolutas (n) e relativas (%) (variáveis qualitativas). Quando a população está normalmente distribuída e incide em valores como a média e o desvio-tipo considera-se que um teste é paramétrico e quando a série não está distribuída de maneira normal ou quando a escala utilizada é outra diferente da escala de relação ou de intervalos deve-se usar um teste não-paramétrico (Huot, 2002). Por conseguinte, quando não se verifica a normalidade da variável em estudo nem a homogeneidade de variâncias entre os grupos, os testes não-paramétricos são habitualmente usados como alternativa aos testes paramétricos. Segundo Maroco (2010, p.213) “*é geralmente aceite que os testes não-paramétricos são menos potentes que os correspondentes testes paramétricos (...) porém, esta afirmação só é realmente robusta para amostras de grande e igual dimensão. Para amostras de pequenas e diferentes dimensões e onde as variáveis sob estudo não verificam os pressupostos dos métodos paramétricos, os testes não-paramétricos podem ser mais potentes*”.

Devido à distribuição assimétrica da maioria das variáveis contínuas estudadas e da presença de *outliers*, foram usados os seguintes testes não-paramétricos para estudar as relações entre variáveis:

- Teste de Mann-Whitney;
- Teste de Kruskal-Wallis;
- Coeficiente de Correlação de Spearman;
- e o Teste Exato de Fisher.

O Teste de Mann-Whitney é utilizado para avaliar se duas amostras independentes são significativamente diferentes (D'Hainaut, 1997) e é a alternativa não paramétrica ao Teste T de Student quando as médias não são representativas dos grupos, isto é, quando valores extremos têm um peso muito grande sobre a média. É por isso adequado para comparar dois grupos independentes relativamente a variáveis pelo menos ordinais (Maroco, 2010).

O Teste de Kruskal-Wallis “*tem como objetivo comparar o valor global de várias amostras independentes, quando os dados são ordinais*” (D'Hainaut, 1997, p.345) sendo uma alternativa não-paramétrica à ANOVA (Kruskal & Wallis, 1952 citado por Maroco, 2010). É adequado para comparar três ou mais grupos independentes relativamente a variáveis pelo menos ordinais.

O Coeficiente de correlação de Spearman “*é uma medida da associação das ordenações dos valores das variáveis e não dos valores em si, podendo ser calculado para variáveis definidas numa escala ordinal*” (Reis, 2000, p.188). Este coeficiente de

Correlação avalia com que intensidade a relação entre duas variáveis pode ser descrita pelo uso de uma função monótona, ou seja, quando ela preserva a relação de ordem fazendo uso, não do valor observado, mas apenas da ordem das observações. Não sendo sensível a assimetrias na distribuição, nem à presença de *outliers*, é adequado para estudar a correlação entre duas variáveis pelo menos ordinais (D'Hainaut, 1992, p.72) sendo a alternativa não paramétrica ao Coeficiente de Pearson. Quanto mais próximo estiver de -1 ou +1, maior a correlação entre as ordenações das variáveis, ou seja, maior a associação entre as variáveis; quanto mais próximo de zero, menor essa correlação.

Foi ainda utilizado o Teste Exato de Fisher para o estudo da associação entre duas variáveis categóricas. O Teste de Fisher é utilizado “*quando se pretende comparar duas amostras independentes de pequena dimensão quanto a uma variável nominal dicotómica agrupadas em Quadros de contigência 2 x 2 (i.e. duas linhas por duas colunas)*” (Maroco, 2010, p.111).

Foi considerado um nível de significância de 5%, ou seja, as relações e diferenças foram consideradas estatisticamente significativas quando o valor de significância foi inferior a 0.05 ($p < 0.05$). Foram ainda destacados os casos com significância estatística ao nível de 10% ($p < 0.10$).

6.7. Conclusão

Neste capítulo, apresentou-se e explicou-se toda a metodologia relativa a esta investigação tendo como linhas orientadoras o problema de pesquisa e os seus objetivos. Apresentou-se o processo de investigação e respetiva posição filosófica bem como o modelo de investigação e o processo de recolha e análise dos dados.

Analisou-se também o método de amostragem utilizado, justificando todas as opções tomadas e descreveram-se as técnicas e *softwares* empregues na recolha e análise dos dados bem como os testes estatísticos utilizados na análise quantitativa. Os procedimentos adotados no desenvolvimento desta investigação – construção e aplicação de um questionário, a recolha de dados georreferenciados a partir de uma aplicação GPS, a análise dos dados efetuada por *software* de análise estatística, por *software* de análise espacial e por *software* de alinhamento sequencial múltiplo – encontram-se devidamente alicerçados numa revisão sistemática da literatura, assegurando por isso a sua fiabilidade, ou seja, a sua repetição.

A dimensão da amostra é muito importante para a generalização dos resultados obtidos em qualquer investigação científica. Mas como não existem dados estatísticos relativos a turistas do segmento *backpacker*, não é fácil calcular o número exato de *backpackers* que ficam alojados no Porto. Neste estudo, o questionário foi aplicado em 293 turistas *backpackers*, pelo que os resultados obtidos poderão ser generalizados, não estando por isso em causa, a sua validade externa. No que respeita aos dados recolhidos pela *app* GPS, a amostra foi de 82 rastreamentos, pela que qualquer generalização tem implícita alguma margem de erro. Os resultados obtidos na análise bivariada relativa ao comportamento espaciotemporal foram comparados com os resultados obtidos na literatura assumindo a sua interpretação uma natureza essencialmente exploratória.

Apesar da recolha dos dados ter-se prolongado por aproximadamente sete meses (entre junho e dezembro) a amostra deste estudo não teve em consideração a distribuição temporal noutras épocas do ano. Além disso, este estudo incide sobre um segmento de turistas – designados por *backpackers* – e não sobre a totalidade dos turistas de visita ao Porto. Trata-se de um segmento de turistas que a literatura descreve como sendo mais jovens, com estadas mais prolongadas e gastos diários mais reduzidos que procura alojamentos mais económicos, como os *hostels*.

Uma limitação importante desta investigação é o facto de se ter rastreado apenas um dia de visita à cidade do Porto e não todo o tempo de estada de cada *backpacker*. Como refere Caldeira (2014, citando Mckercher & Lau, 2008, p.360) “há que assumir a limitação do rastreamento do turista apenas durante um dia de visita, indicado como a melhor opção em termos logísticos e da tecnologia disponível”.

Capítulo 7. Área de estudo: a cidade do Porto como destino turístico.

7.1. Introdução

Neste capítulo pretende-se fazer uma breve caracterização física e humana da área de estudo e enquadrar este importante destino turístico urbano no contexto regional e nacional, analisando para o efeito a evolução ocorrida quer do lado da procura, quer do lado da oferta. Neste sentido, considerou-se pertinente, apresentar uma breve descrição dos aspetos naturais mais relevantes, como o clima, o relevo e a geomorfologia e ainda uma breve discussão sobre a dinâmica demográfica marcada pela diminuição do efetivo populacional, pelo envelhecimento demográfico e consequente abandono das freguesias mais centrais da cidade que se refletiu na progressiva degradação dos prédios urbanos, só recentemente contrariada pelo crescimento da atividade turística que tem aumentado o interesse de investidores privados na sua reabilitação e renovação.

Faz-se ainda referência à hipsometria que se reflete na morfologia da planta urbana, condicionando, por exemplo, a circulação. Uma vez que as principais atrações se encontram a distâncias mais ou menos reduzidas, os turistas têm a possibilidade de caminhar e explorar o centro histórico da cidade sem despende muito tempo. Esta breve descrição das características naturais e humanas da área de estudo vai ainda ao encontro dos principais objetivos desta investigação que passam, por um lado, pela análise da forma como o segmento de turistas *backpacker* utiliza a cidade e, por outro, pela identificação dos seus padrões de comportamento espaciotemporal.

7.2. Localização

Localizado no noroeste de Portugal, o concelho do Porto tem uma área de 41,42 km² sendo atualmente subdividido em sete freguesias (figura 25): Bonfim; Campanhã; Paranhos; Ramalde; União das freguesias de Aldoar, Foz do Douro e Nevogilde; União das freguesias de Cedofeita, Santo Ildefonso, Sé, Miragaia, São Nicolau e Vitória; União das freguesias de Lordelo do Ouro e Massarelos.



Fonte: Diário da República, Reorganização administrativa do território das freguesias, Lei n.º 11-A/2013, de 28 de janeiro. Direcção-Geral do Território, Carta Administrativa Oficial de Portugal (CAOP), versão 2013. Disponível em http://www.dgterritorio.pt/ficheiros/cadastro/caop/caop_download/caop_2013_0/caop2013cont_zip_2.

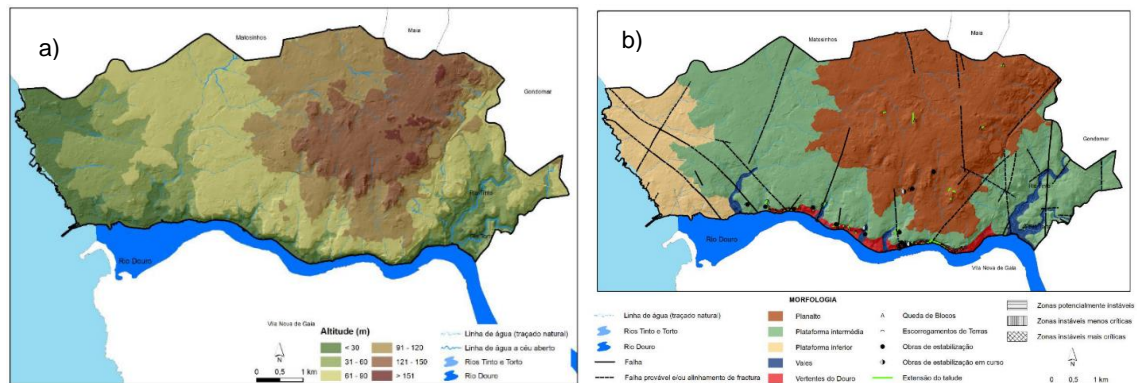
Figura 25. Freguesias do concelho do Porto

7.3. Caracterização física e humana

7.3.1. Geomorfologia, clima e relevo

Ligeiramente inclinada para o oceano Atlântico e dominada por áreas com altitudes inferiores a 90 metros (Santos & Bateira, 2018), a cidade do Porto desenvolveu-se na unidade morfoestrutural do Maciço Antigo, numa área aplanada, designada por plataforma litoral (Coxito Afonso *et al.*, 2004). As **diferenças altimétricas** variam entre os 0m e 159 metros, sendo possível identificar três grandes conjuntos: 1) uma área acima dos 130m (relevo marginal); 2) uma área situada entre os 130m e 50m onde se localizam depósitos fluviais; 3) uma área situada abaixo dos 50m de altitude onde se encontram depósitos de origem marinha (Araújo, Gomes, Chaminé, Gama Pereira, & Pinto de Jesus, 2003). Exista ainda uma grande relação entre as altitudes acima dos 100-120 metros e os declives mais acentuados (Monteiro, 1997). A hipsometria do concelho é fortemente marcada pelo vale do rio Douro, cujas vertentes apresentam declives acentuados associados à existência da garganta fluvial que marca o seu troço final e que condicionou ao longo da história a planta urbana. Segundo Santos & Bateira (2018) as **áreas com declive superior a 33º** encontram-se maioritariamente nas vertentes sobranceiras ao vale do rio Douro, ocupando 0,5% da área total do concelho e localizando-se sobretudo na área histórica do Porto (freguesias de Campanhã, Bonfim, União de Freguesias de Lordelo do Ouro e Massarelos e União das freguesias de

Cedofeita, Santo Ildefonso, Sé, Miragaia, São Nicolau e Vitória). Como refere Monteiro (1997, p.48), “sobrepondo a representação das ruas principais da cidade à representação da hipsometria e/ou mapa de declives, visualizam-se, claramente, as dificuldades acrescidas que a topografia impõe à influência da circulação, indispensável em qualquer cidade”.



Fonte: Santos & Bateira (2018)

Figura 26. Mapa hipsométrico (a) e carta geomorfológica do concelho do Porto (b).

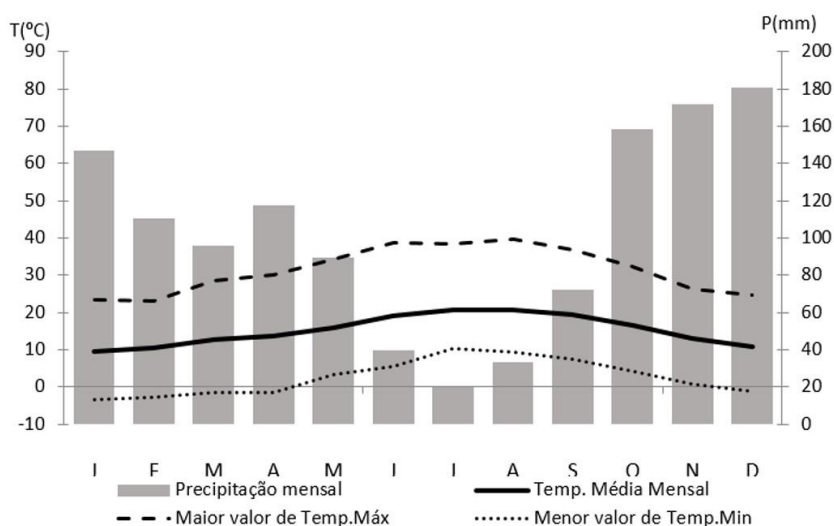
O centro histórico da cidade, classificado pela UNESCO, além de ter uma elevada densidade demográfica tem também as suas principais ruas com declives consideráveis. A existência de escarpas em ambas as margens, onde de vez em quando, se registam quedas de blocos e pequenos movimentos em massa, justificam a diminuição da sua ocupação e a dificuldade existente na própria circulação e mobilidade urbana. Ruas com declives, por vezes bastante acentuados, acompanham o velho casario voltado para o Douro. À medida que se afasta do rio em **direção a norte**, verifica-se a existência de uma **área mais aplanada e extensa**.

Como podemos observar pela figura anterior, a cidade “*assenta numa sucessão de superfícies inclinadas no sentido E-W onde dominam os granitos do Porto e as formações do Complexo Xisto-Grauváquico*” (Monteiro, 1997, p.49) cujas formações mais antigas foram fortemente metamorfizadas e assimiladas em granitizações posteriores, aparecendo sobre estas formações mais antigas, depósitos de praias antigas e terraços fluviais. (idem, *ibidem*, p.49). Os granitos ocupam, no entanto, a maior superfície. Do ponto de vista geológico, verifica-se a existência de rochas metamórficas, nomeadamente junto à orla litoral entre a foz do rio Douro e o Forte de S. Francisco Xavier, onde existe contato com granitos.

No que diz respeito às características climáticas, os resultados das normais climatológicas 1971-2000 indicam que o território onde se encontra localizada a cidade do Porto, segundo a classificação climática *Koppen-Geiger*, tem um clima temperado do tipo C, subtipo Cs (clima temperado com verão seco), variedade Csb - clima temperado com verão seco e suave. No entanto, como se pode verificar pela análise do gráfico 3, apesar das temperaturas médias mensais apresentarem valores bastante moderados durante todo o ano, devido à influência da proximidade ao oceano que exerce um efeito regularizador sobre a mesma, os valores máximos mensais e os menores valores da temperatura mínima registados, evidenciam uma certa irregularidade no comportamento intranual deste importante elemento climático. Nos meses de verão, a variabilidade é muito menor do que no inverno e é nas estações de transição (primavera e outono) que se observam valores de temperatura mais irregulares.

A distribuição da precipitação, com valores mais elevados durante os meses de outono e inverno e uma estação seca bem marcada nos meses de verão, denuncia a mediterraneidade do clima português, que nem a influência da latitude consegue disfarçar. A posição litoral desabrigada em relação aos ventos húmidos do oceano e a maior frequência com que o noroeste do país é atingido pelas baixas pressões subpolares, justificam os generosos 1237mm de precipitação total anual.

Gráfico 3. Normais climatológicas, Porto (Serra do Pilar), 1981-2010. Dados provisórios.



Fonte: www.ipma.pt. Consulta efetuada a 23 de novembro de 2017. Construção própria.

Apenas se observam valores totais mensais baixos nos meses de Julho e Agosto e embora não seja possível verificar com os dados fornecidos no gráfico 3 a existência de irregularidades interanuais na precipitação, a “*leitura dos coeficientes de variação para*

cada série mensal demonstra a existência de uma grande diversidade de valores ocorridos em qualquer dos meses” (Monteiro, 1997, p.87).

7.3.2. Evolução da população residente e principais indicadores demográficos

De acordo com os Recenseamentos Gerais da População disponibilizados pelo Instituto Nacional de Estatística, o concelho do Porto assistiu ao longo do século XX e até ao ano 1981, a um aumento da sua população residente, verificando-se apenas uma ligeira diminuição na década de 60 relacionada com o forte fluxo emigratório para alguns países da Europa Ocidental. A tendência de decréscimo verifica-se no recenseamento de 1991 onde se contabilizaram 302472 habitantes, menos 24896 residentes que no Censo anterior. Em 2016, e de acordo com o sítio de internet Pordata, residiam no concelho 214.349 pessoas, menos 113.019 em relação ao ano de 1981!

Anos	2001	2011	Var. (%) 2001-2011	2014	2016	Var. (%) 2014-2016
Portugal	10.362.722	10.557.560	1.88	10.401.062	10.325.452	-0.73
Norte	3.688.037	3.690.405	0.06	3.632.990	3.594.177	-1.07
Área Metropolitana do Porto	1.732.210	1.760.033	1.61	1.736.169	1.721.320	-0.86
Porto	262.013	235.554	-10.1	220.242	214.349	-2.68

Fonte: www.pordata.com. Consulta efetuada em 20 de agosto de 2017. Construção própria.

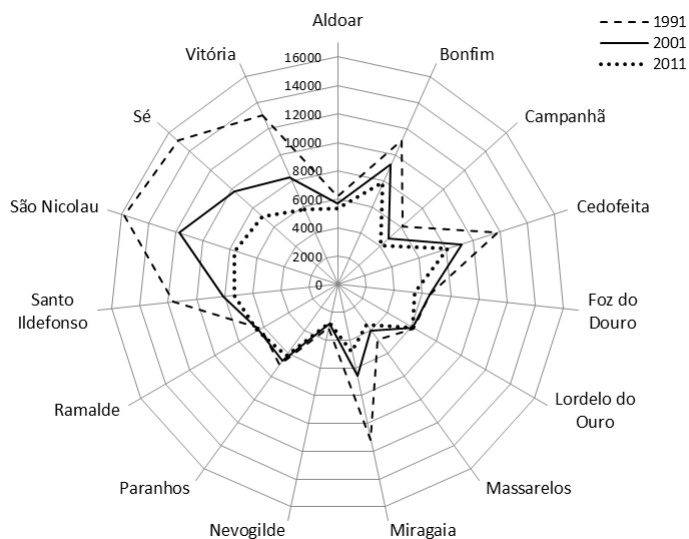
Quadro 32. Evolução da população residente no concelho do Porto (2001-2016)

Desagregando a variação da população residente ao nível da freguesia, pode-se verificar que a União de freguesias de Cedofeita, Santo Ildefonso, Sé, Miragaia, São Nicolau e Vitória teve a maior variação negativa (-15.8%). Nesta União de Freguesias localizam-se as antigas freguesias ribeirinhas de São Nicolau ou Vitória que viram a população diminuir, entre 2001 e 2011, em -35.1% e -30.1% respetivamente. Salienta-se ainda a diminuição da população residente da Sé (-17.2%) e das freguesias de Campanhã (-15.7%) e do Bonfim (-15.1%).

A diminuição da população não se fez sentir em todas as freguesias com a mesma intensidade. Analisando o sucedido, com mais pormenor, através das unidades administrativas anteriores à reorganização do território das freguesias ocorrida em 2013, pode-se verificar (gráfico 4) que as freguesias da Sé, São Nicolau, Vitória e Santo Ildefonso, localizadas no centro histórico, classificado em 2001 pela UNESCO como Património da Humanidade, diminuíram consideravelmente a sua densidade populacional, resultado do seu contínuo despovoamento. O despovoamento da

cidade/concelho resultou no abandono de habitações nas áreas mais centrais da cidade, maioritariamente habitadas por pessoas idosas e de baixos recursos económicos.

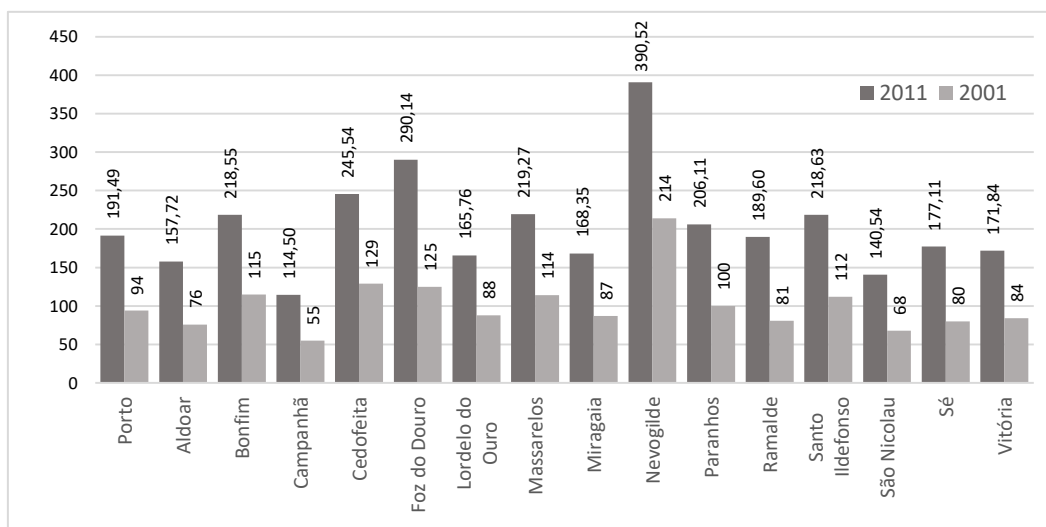
Gráfico 4. Densidade populacional das freguesias do concelho do Porto (1991, 2001, 2011).



Fonte: www.ine.pt, consulta efetuada a 04 de dezembro de 2017. Construção própria.

Apesar do valor médio mensal das rendas dos alojamentos familiares clássicos arrendados ter aumentado significativamente entre 2001 e 2011, aumentando mais de 45% em todas as freguesias do concelho do Porto, o valor médio concelhio de 191,49€, apurado no último recenseamento continua a ser bastante modesto. Valores médios tão reduzidos (gráfico 5) são apenas possíveis devido à existência de rendas muito baixas que impossibilitam qualquer retorno de eventuais investimentos dos proprietários.

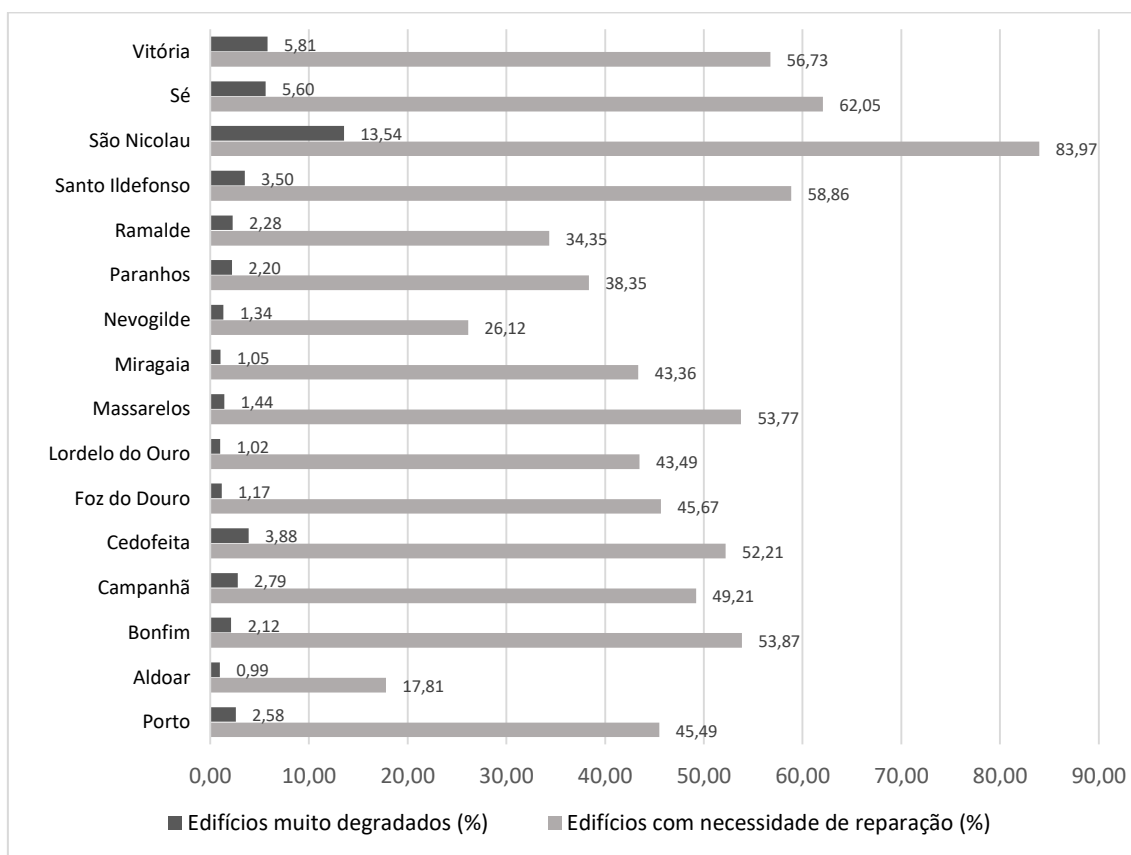
Gráfico 5. Valor médio mensal (€) das rendas dos alojamentos familiares clássicos arrendados (2001-2011)



Fonte: Censos da habitação, INE. Consulta efetuada em 23 de novembro de 2017. Construção própria.

A existência de rendas de valores muito reduzidos teve como resultado a falta de manutenção dos edifícios e a sua progressiva degradação, afastando do centro da cidade a população residente, que procurou casas de melhor qualidade nas áreas suburbanas. Só nos últimos anos, devido ao crescimento da atividade turística, a reabilitação urbana das áreas mais degradadas e centrais da cidade passou a ter o interesse de investidores, nomeadamente na construção de novas unidades hoteleiras e outros tipos de estabelecimentos enquadrados no alojamento local.

Gráfico 6. Proporção de edifícios muito degradados (%) e com necessidades de reparação, 2011.

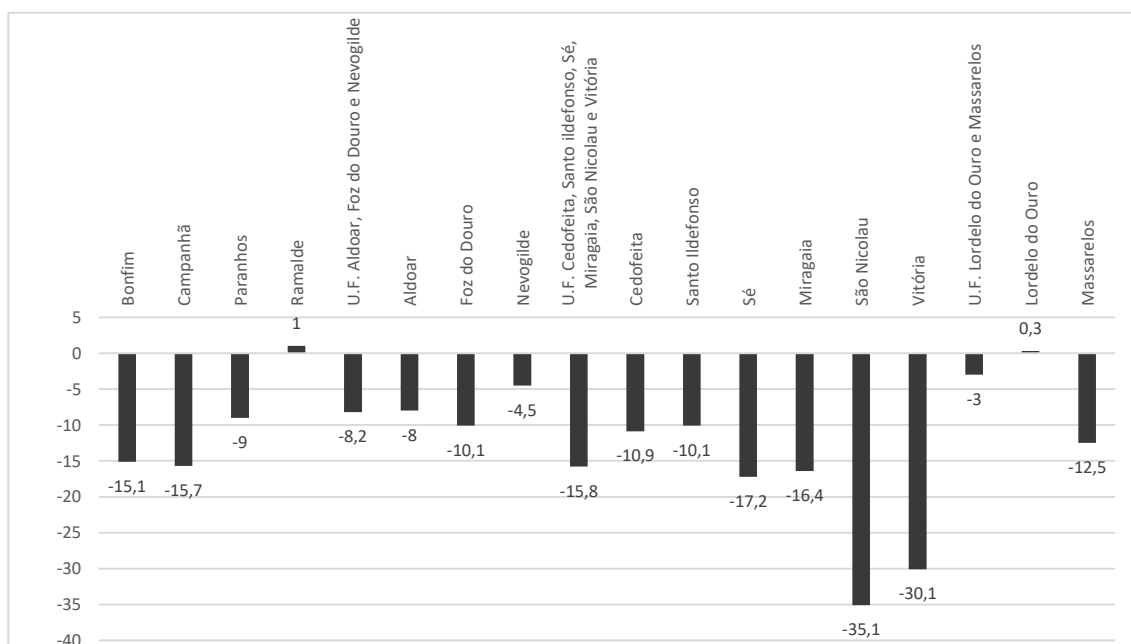


Fonte: Censos da habitação, INE. Consulta efetuada em 23 de novembro de 2017. Construção própria.

Ao relacionar a variação intercensitária da população residente ocorrida entre 2001 e 2011, verifica-se que em 2011, as freguesias com maiores percentagens de edifícios a necessitarem de reparação correspondem às freguesias com as maiores percentagens de edifícios muito degradados: São Nicolau (84%), Sé (62%) e Santo Ildefonso (59%), destacando-se também as freguesias de São Nicolau (13,5%), Vitória (5,8%) e Sé (5,6%) com o seu edificado muito degradado (gráfico 6).

Além da diminuição da população residente, entre 2001 e 2011, visível no gráfico 7, a estrutura etária da população do concelho do Porto também se caracterizou por duplo envelhecimento resultante da diminuição da natalidade e do aumento da esperança média de vida (gráfico 8). As classes etárias onde se registaram mais perdas foram as dos indivíduos (masculino e feminino), entre os 15-19 anos (-28%); 20-24 anos (-36%); 25-29 anos (-22%); 0-4 anos (-21% de indivíduos do sexo masculino).

Gráfico 7. Variação da população residente das freguesias do concelho do Porto (%), 2001-2011.

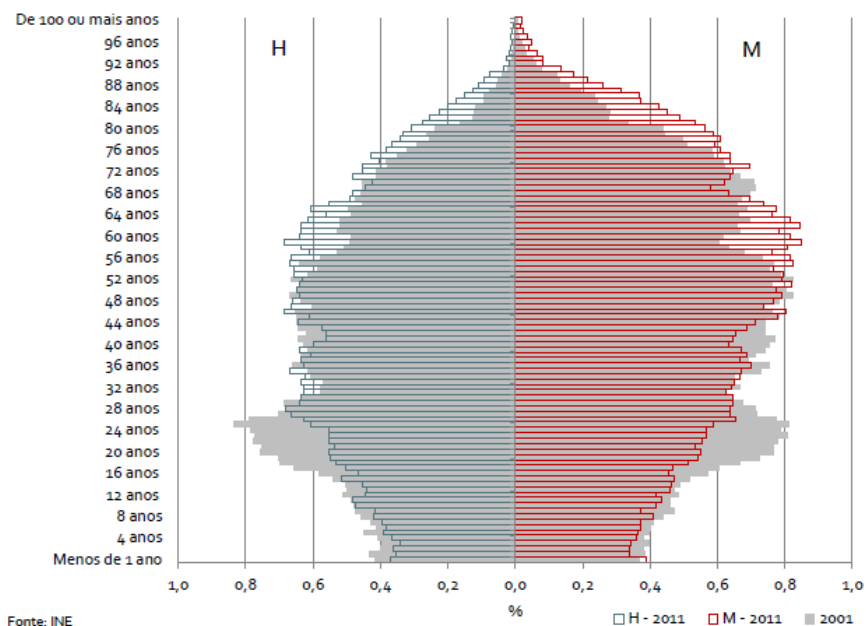


Fonte: Martins (2014). Construção própria.

Nota: Os valores apresentados referem-se às freguesias do concelho do Porto antes e após a reorganização administrativa do território das freguesias, Lei n.º 11-A/2013, de 28 de janeiro.

Nos grupos etários a partir dos 55 anos, observa-se um aumento do efetivo populacional. Entre 2001 e 2011, a população residente com 55 ou mais anos aumenta de 31% para 38% do total de residentes. Por conseguinte, o índice de envelhecimento tem vindo a registar aumentos significativos, passando de 31.2 idosos por cada cem jovens, em 1960, para 194.1 idosos por cada cem jovens no último recenseamento (quadro 33).

Gráfico 8. Pirâmides etárias da população residente no Porto, 2001-2011.



Fonte: Martins (2014).

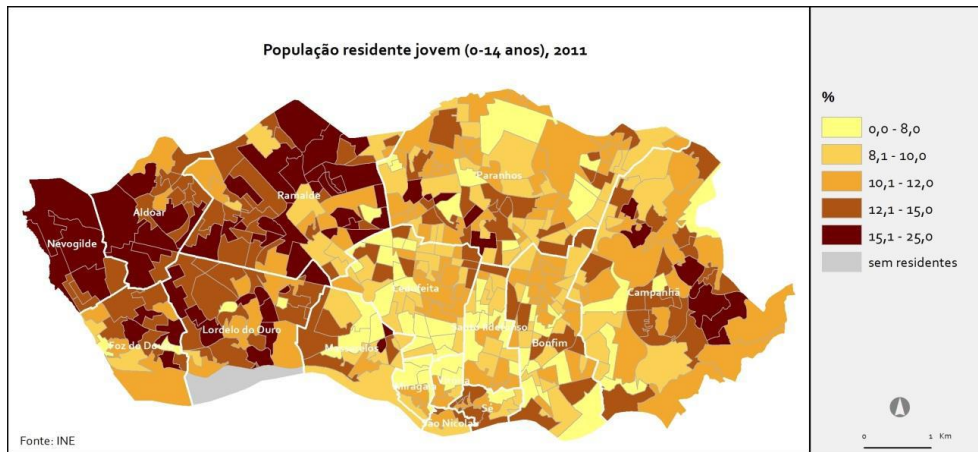
Como se pode verificar pela análise do mapa da figura 27, a distribuição da população jovem (0-14 anos) no território concelhio, revela a existência de grandes assimetrias.

Quadro 33. Evolução do índice de envelhecimento do concelho do Porto (1960-2011)

Territórios	1960	1981	2001	2011
Portugal	27,3	44,9	102,2	127,8
Norte	20,2	33,9	79,8	113,3
Área Metropolitana do Porto	20,0	32,1	75,7	107,9
Porto	31,2	54,4	147,5	194,1

Fonte: PORDATA. Consulta efetuada em 20 de agosto de 2017.

A União de Freguesias de Cedofeita, Santo Ildefonso, Sé, Miragaia, São Nicolau e Vitória, onde se localiza a maior parte do centro histórico do Porto, classificado pela UNESCO como património da humanidade, têm consideravelmente menos população jovem do que a U.F. Aldoar, Foz do Douro e Nevogilde ou do que a freguesia de Ramalde.



Fonte: Martins (2014).

Figura 27. Distribuição da população jovem (0-14 anos) no concelho do Porto (2011)

7.4. Atividade turística - caracterização da oferta (recursos turísticos primários e secundários)

De acordo com a Estratégia de Marketing Turístico do Porto e Norte de Portugal (Turismo do Porto e Norte de Portugal, 2015), ao nível dos recursos turísticos a região destaca-se pelo turismo de natureza e o *touring* cultural e paisagístico, onde os desportos e atividades ao ar livre, o turismo religioso e a gastronomia e vinho são recursos e produtos de elevada relevância para a região.



Fonte: Turismo do Porto e Norte de Portugal (2015, p.24).

Figura 28. Posicionamento global do destino

Por conseguinte, a existência de um diversificado conjunto de recursos naturais e patrimoniais têm contribuído para o aumento do número de turistas numa vasta região

onde além da cidade do Porto, principal porta de entrada na região, encontram-se atrações como o Vale do Douro, cidades como Braga, Viana do Castelo ou Guimarães, parques naturais como o Gerês, parque arqueológico de Foz Côa, entre outros (Costa, Moreira, & Vieira, 2014).

Os principais elementos de posicionamento definidos num quadro de referência competitiva pelo Turismo de Portugal e Norte de Portugal (figura 28) assentam não só na diversidade de recursos naturais e do património histórico-cultural, mas também na combinação entre tradição e cultura com inovação e modernidade, na qualidade dos serviços prestados, na proximidade aos principais destinos europeus e ainda em elementos intangíveis como a hospitalidade e a autenticidade. Segundo Costa *et al.*, (2014) a dinâmica turística do Porto e Norte de Portugal tem sido influenciada por diversos fatores:

- i) o esforço promocional, focada em produtos estratégicos e no marketing de um conjunto de atividades e eventos que ajudam a combater a sazonalidade;
- ii) e no desenvolvimento de novas unidades de alojamento em resposta às necessidades de diferentes visitantes da região, incluindo *hostels* e outros alojamentos de baixo custo;
- iii) e na estratégia do aeroporto Francisco Sá Carneiro em posicionar-se como um *player* regional fundamental no que respeita à atração e facilitação de novas rotas e operadoras.

Como se verificou no capítulo 2, existe uma terminologia variada relativa a ‘atração turística’ e uma vez que as atrações turísticas são importantes recursos que justificam a própria atividade turística é pertinente identificar as atrações existentes no destino em estudo.

A partir do conhecido Guia de Viagem “The Rough Guide to Portugal” (11th Edition) e dos conhecidos sítios de internet, www.tripadvisor.com, www.lonelyplanet.com e www.visitporto.travel foram inventariadas as principais atrações existentes no destino urbano Porto, sendo organizadas e classificadas de acordo com a terminologia utilizada pelos mesmos e adaptadas com o contributo de Caldeira (2014). A organização das atrações teve ainda em conta o contributo de Mill & Morrison (1992) que estrutura os recursos existentes nos destinos em:

1. Recursos Primários e;
2. Recursos Secundários ou Complementares.

Quadro 34. Principais recursos/atrações do destino Porto

Principais recursos/atrações do destino Porto			
Recursos Primários	Património Natural	a) Atração vida selvagem (Sea Life Center, Parque Biológico de Gaia);	
		b) Praias/Costa	
		c) Miradouros (Sé; Jardins do Palácio de Cristal; Serra do Pilar; Vitória)	
		d) Igrejas/templos religiosos (Igreja de S. Francisco, Sé Catedral, Sinagoga)	
	Monumental	e) Monumentos/Edifício histórico (Torre dos Clérigos; Estação de São Bento; Palácio da Bolsa; Casa do Infante; Café Magestic; Livraria Lello)	
		f) Zona Histórica	
	Património Cultural	Artístico	g) Museus e Centros temáticos (Museu do FCP; Museu de Serralves; World of Discoveries; Centro Português de Fotografia; Museus da Misericórdia; Museu Nacional Soares dos Reis, Museu Romântico; Museu do carro Elétrico)
		Etnográfico	h) Festas de S. João
	Equipamentos	Complementar	i) Pontes (D. Luís I; D. Maria Pia, Arrábida)
			j) Caves de Vinho e Quintas (ribeira de Vila Nova de Gaia; vale do Douro);
			k) Cemitérios (Agramonte; Prado do Repouso; Lapa);
		Culturais	l) Centros de exposições e Galerias de arte (Rua Miguel Bombarda)
			Recreativos
		n) Casinos (Póvoa do Varzim; Espinho);	
Lazer	o) Parque e jardins (Jardim de Serralves; Palácio de Cristal)		
Recursos secundários ou complementares	Atividades	Circuitos turísticos	p) Localidade fora do Porto (tour a Guimarães, Braga, vale do Douro)
	Equipamentos		Turismo

Fonte: Caldeira (2014), Mill & Morrison (1992), The Rough Guide to Portugal" (11th Edition), www.tripadvisor.com, www.lonelyplanet.com e www.visitporto.travel. Construção própria.

Os primeiros incluem o património natural, cultural, atividades, equipamentos e eventos, enquanto os segundos foram divididos em atividades e em equipamentos, como por exemplo, equipamentos de turismo, transportes e telecomunicações, infraestruturas e

sociais. Sugere-se ainda, para cada tipologia de recurso e/ou atração, alguns exemplos que são descritos e classificados como mais populares nos principais guias e sítios de internet, nomeadamente, no conhecido sítio de internet www.tripadvisor.com.

Segundo as mesmas fontes utilizadas para a classificação e ordenação dos recursos e atrações, selecionaram-se as seguintes atividades, disponíveis no destino urbano Porto, que podem ser realizadas pelos visitantes:

- a) Ir a restaurante/café;
- b) Visita a atrações;
- c) Passear a pé;
- d) Prática de desporto (surf, canoagem, canyoning)
- e) Aulas/cursos e Workshops (aulas de surf...)
- f) Cruzeiro no rio Douro (cruzeiro das pontes, 1 dia)
- g) Visita a galerias de arte;
- h) Tour organizado na cidade;
- i) Excursão organizada ao vale do Douro;
- j) Excursão realizada a Guimarães/Braga
- k) Compras;
- l) Ir à praia;
- m) Assistir a espetáculos;
- n) Passeios na natureza (passadiços do Paiva);

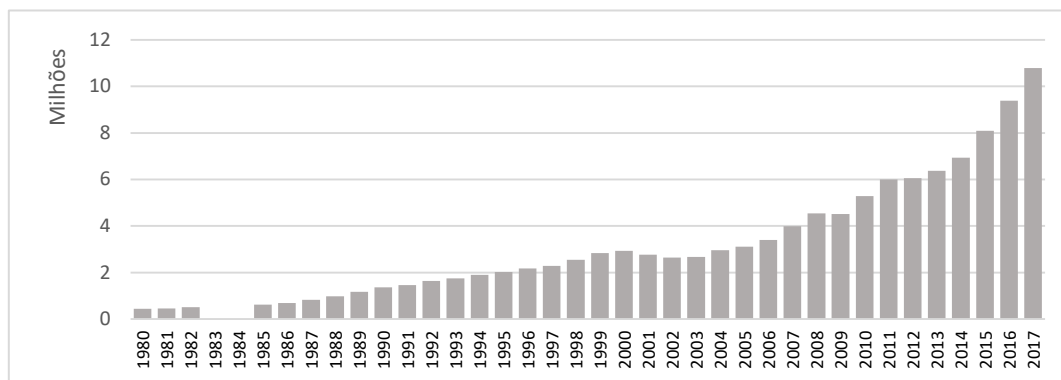
A organização/sistematização das atrações e atividades proposta anteriormente foi utilizada na construção do questionário, elemento central da recolha de dados a utilizar nesta investigação.

A evolução do número de passageiros no aeroporto do Porto (gráfico 9) reflete a dinâmica da atividade turística em toda a região. O sítio www.pordata.pt revela que o número de passageiros aumentou de 1.2 milhões de passageiros em 1990 para aproximadamente 2.94 milhões em 2000, tendo ultrapassado em 2013, os 6.4 milhões. Em 2015 ultrapassou os 8 milhões e em 2017 atingiu quase 10.8 milhões de passageiros.

O destino Porto tem também sido galardoado pelos consumidores, através da plataforma www.europeanbestdestinations.com como melhor destino europeu em 2014 e 2016 e 2017, tendo também sido votado pela *Lonely Planet*, em 2013 como um dos dez melhores destinos europeus (Costa *et al.*, 2014). Em 2018, entrou pela primeira vez,

para a lista das 100 cidades mais visitadas em todo o mundo (Geerts, 2018) e em 2018 a plataforma de viagens *Culture Trip* elege o Porto como melhor destino europeu e 2.º a nível mundial, a visitar durante 2019.

Gráfico 9. Evolução do número de passageiros no aeroporto Francisco Sá Carneiro, Porto (1970-2015).



Fonte: www.pordata.pt. Consulta efetuada em 14-10-2017 e atualizada em 15 de julho de 2019. Valores não disponíveis para 1983 e 1984.

7.4.1. Evolução da capacidade de alojamento

Em 2016, a capacidade de alojamento dos estabelecimentos hoteleiros localizados no concelho do Porto era de 16.025 camas o que correspondia a 4.21% do total nacional, 28% do total da região norte e 57% da Área Metropolitana do Porto.

Entre 2009 e 2017, registou-se um aumento significativo da capacidade de alojamento dos estabelecimentos hoteleiros do concelho Porto, passando de 10.405 camas para 18.296 camas, correspondendo a um crescimento 75.84%.

Uma vez que a tipologia de alojamento mais utilizada pelo segmento *backpacker* é o *hostel*, enquadrado em Portugal no âmbito do alojamento local, analisar-se-á com mais pormenor a sua evolução na secção seguinte deste capítulo.

Quadro 35. Evolução da capacidade de alojamento nos estabelecimentos hoteleiros.

Territórios	Total				Hotéis			Pensões		
	2017	2015	2014	2009 (*)	2017	2015	2014	2016	2015	2014
Portugal	402.832	362.005	342.497	273.804	210.949	190.060	184.844	78.327	71.223	20.257
Norte	62.855	56.053	52.105	38.827	38.605	35.570	34.174	18.670	18.330	5.786
Área Metropolitana do Porto (AMP)	30.880	26.512	25.912	20.077	22.248	20.203	19.369	5.775	5.398	2.334
Porto	18.296	15.041	14.605	10.405	12.865	11.437	10.614	3.642	...	1.364

Territórios	Estalagens			Pousadas			Motéis			Hotéis-apartamentos			Aldeamentos turísticos			Apartamentos turísticos		
	2016	2015	2014	2016	2015	2014	2016	2015	2014	2016	2015	2014	2016	2015	2014	2016	2015	2014
Portugal	764	742	3.119	3.326	3.414	3.108	-	-	828	44.321	42.656	42.922	18.993	16.778	17.090	33.580	37.132	36.217
Norte	-	-	313	...	767	703	-	-	...	819	875	793	...	169	...	398	342	431
AMP	-	-	-	-	278	613	679	672	...	-	0	136
Porto	-	-	0	-	-	0	-	0

Fonte: www.ine.pt. Anual - INE, Inquérito à permanência de hóspedes na hotelaria e outros alojamentos. Consulta efetuada a 03-10-2017.

Nota(s):

(*) Fonte: www.pordata.pt. Consulta efetuada a 03-10-2017.

(1) Em 2014, os valores da coluna "Total" integram, para além dos estabelecimentos hoteleiros, os do turismo no espaço rural e novas unidades de alojamento local. Por esta razão, não correspondem ao somatório das restantes colunas. Em 2015, os valores da coluna "Pensões" incluem todos os estabelecimentos de alojamento local e de turismo no espaço rural e os valores da coluna "Estalagens" referem-se exclusivamente às "Quintas da Madeira".

Sinais convencionais:

...: Dado confidencial

-: Dado nulo ou não aplicável

Última atualização destes dados: 03 de outubro de 2017.

7.4.1.1. *Hostels*: alojamento de suporte ao fenómeno *backpacker*

Os *hostels* terão surgido nos países europeus de língua alemã no início do século XX, ligados aos clubes “*Homeland and Rambling*” que forneciam alojamentos económicos e um conjunto de serviços como mapas e guias para *caminhantes*. Mas em 1909, o professor alemão, *Richard Schirrmann*, persuadiu os seus colegas a permitir que as suas escolas fossem utilizadas como dormitórios durante os seus períodos de férias. Apesar da relutância dos mesmos em aceitar esta ideia, surge em 1910 a primeira pousada da juventude (*youth hostel*) dando origem, pouco depois à fundação da “*German Youth Hostel Association*” (YHA). Dois anos depois é inaugurado o primeiro *Hostel* no Castelo de Altena (Alemanha), não muito longe da escola onde leccionava Richard Schirrmann. No final de 1912 contabilizavam-se 140 alojamentos deste tipo e um ano depois, esse número duplicou. No final do ano de 1914 estavam já registados 535 *Hostels* (Volante, 2011). Durante a década seguinte o número de *hostels* continua a aumentar e em 1932 existiam na Alemanha 2123 estabelecimentos, estendendo-se também a outros países como a Polónia, Holanda, França, Inglaterra, Suíça, entre outros (quadro 36).

Quadro 36. Datas de abertura do primeiro Hostel em diferentes países.

Ano	Países
1927	Polónia, Suíça, Holanda
1930	Inglaterra, Noruega, França
1931	Irlanda, Bélgica, Escócia
1934	EUA
1938	Canadá
1956	Argentina
1958	Uruguai
1961	Brasil

Fonte: Dubin, E. (2003) in Volante (2011, p.24)

A primeira organização internacional de *Hostels* – International Youth Hostel Federation (IYHF) – representante das associações de *Hostels* dos países aderentes surge na Holanda em 1932. Actualmente, esta organização conhecida por Hostelling International (HI) (www.hihostels.com) é considerada uma das maiores organizações associativas para a juventude do Mundo, contabilizando mais de três milhões de membros, mais de 4000 *hostels* associados em mais de sessenta países e 35 milhões de dormidas anuais (Volante, 2011). Tal como no passado também os atuais movimentos juvenis - *International Youth Hostel Federation* - continuam a ter objetivos sociais e construtivos, como promover a educação dos mais jovens de todas as nações, sobretudo os jovens com reduzidas capacidades económicas.

Os *hostels* deram ainda um importante contributo para o crescimento e desenvolvimento do segmento *backpacker* em todo o mundo. Um *hostel* é um alojamento de baixo custo habitualmente frequentado por *backpackers* (Nash *et al.*, 2006; Tourism Research Australia, 2009) que disponibiliza diferentes tipos de quartos, desde dormitórios partilhados a quartos individuais. As reservas são geralmente feitas por cama e não por quarto, é mais informal e aventureiro, e tendo em conta as áreas comuns (salas de estar, cozinha, bar, entre outros) oferece melhores condições para os hóspedes socializarem, atraindo por isso, turistas mais jovens (Oliveira-Brochado & Gameiro, 2013). Além dos preços reduzidos por noite (que varia de acordo com o número hóspedes do quarto/dormitório), as suas principais características distintivas são i) a promoção da socialização entre os hóspedes dando oportunidade de conhecer pessoas com o mesmo tipo de interesses, ii) a reserva por cama ou beliche, iii) a existência de quartos/dormitórios partilhados, bem como iv) a existência de um conjunto de serviços e espaços partilhados como casas de banho, lavandaria, cozinha, entre outros.

Para o conhecido sítio de internet dedicado a reservas de alojamento, *hostelworld* (<http://www.hostelworld.com>), “*um hostel é um tipo de alojamento económico com enfoque na partilha de experiências sociais*”¹⁵, salientando que uma das melhores coisas dos *hostels* é a possibilidade de se poder conhecer diferentes tipos de pessoas de todo o mundo. A generalidade dos *hostels* adaptou-se ainda à evolução tecnológica, já que o acesso à internet gratuita é um aspeto bastante valorizado por uma comunidade, já apelidada, de *nómadas digitais* (Richards, 2015). Oferecem ainda acesso a um serviço de biblioteca e/ou troca de livros e estão estrategicamente localizados em lugares de elevada acessibilidade.

Nos últimos anos, as características dos serviços disponibilizados pelos *hostels* têm vindo a sofrer alterações, refletindo um reajustamento às tendências e necessidades dos seus clientes, nomeadamente do segmento de turistas *backpacker*, constituído por um conjunto de visitantes, bastante diversificado e heterogéneo. Sendo assim, é também expectável encontrar em *hostels*, quartos e camas luxuosas, terraços com vistas maravilhosas, eventos divertidos e culturalmente enriquecedores, redes e camas suspensas para relaxar, piscinas, refeições e bebidas espetaculares, internet gratuita, bares, mapas gratuitos e dicas de lugares e atrações a não perder. A diversidade de *hostels* em todo o mundo tem também vindo a aumentar, denotando-se uma especialização: alguns realizam festas espetaculares, outros, experiências relaxantes

¹⁵ Fonte: <http://www.hostelworld.com/blog/what-is-a-hostel/>

com aulas de ioga em terraços. Existem ainda *hostels* com praias privadas, outros organizam caminhadas promovendo um contacto intenso com a natureza, outros são verdadeiras escolas de surf.

Em Portugal, a origem dos *hostels* remonta ao ano de 2005, a partir do qual este segmento começou a sofrer um crescimento significativo (Volante, 2011). Perante o rápido e considerável crescimento do número de alojamentos denominados por *hostels* – 321 no ano 2016, correspondendo a 7461 camas (Nova School of Business and Economics & Faculdade de Direito da Universidade de Lisboa, 2016) - as autoridades nacionais tiveram necessidade de regulamentar o setor. Por conseguinte, os alojamentos turísticos designados por *hostel* passam a estar enquadrados nos alojamentos locais, regulados pelo Decreto-Lei n.º 128/2014 de 29 de Agosto, tendo sido objeto de uma alteração pelo Decreto-Lei n.º 63/2015, de 23 de abril, o qual veio densificar o regime dos «*hostels*» e precisar alguns aspetos do regime jurídico anteriormente aprovado, simplificando e facilitando o acesso à atividade. De acordo com a legislação anteriormente mencionada, os estabelecimentos de alojamento local são “aqueles que prestem serviços de alojamento temporário a turistas, mediante remuneração” (Decreto-Lei n.º 128/2014, 2014, pp.4570-4571), através de uma das modalidades:

- (i) moradia;
- (ii) apartamento;
- (iii) estabelecimentos de hospedagem (sendo nesta última modalidade que se integra a figura do “*hostel*”).

Só deverá utilizar a denominação “*hostel*” o estabelecimento de hospedagem cuja oferta maioritária seja alojamento em dormitórios (assim entendidos quartos de quatro camas ou mais, ou com camas em beliche). Mas tendo em conta a heterogeneidade do segmento *backpacker*, existem também vários tipos de *hostels*, como por exemplo “*family hostels*”, “*activity hostels*” e “*party hostels*” (Oliveira-Brochado & Gameiro, 2013) que se especializaram na oferta de um conjunto de serviços específicos que vão de encontro às características de alguns subsegmentos de *backpackers*. Em destinos turísticos de grande dimensão, esta especialização pode contribuir para melhorar a qualidade dos serviços prestados, mas em cidades mais pequenas, com um menor número de turistas, a viabilidade financeira de um *hostel* poderá ficar comprometida. Diversificar a oferta de serviços de forma a responder às necessidades de um público-alvo mais vasto parece ser a estratégia seguida pela maioria dos estabelecimentos.

Quadro 37. Número de unidades de Alojamento Local (estabelecimentos de hospedagem e *hostels*) e respetivo número de camas.

Distritos	Número de Unidades					Número de camas				
	Total AL	Estab. de Hosp.	%	<i>Hostels</i>	%	Total AL	Estab. de Hosp.	%	<i>Hostels</i>	%
Aveiro	411	51	12.4	10	2.4	2403	721	30.0	210	8.7
Beja	413	59	14.3	1	0.2	1912	622	32.5	12	0.6
Braga	530	78	14.7	10	1.9	3230	901	27.9	439	13.6
Bragança	84	12	14.3	1	1.2	514	120	23.3	0	0.0
Castelo Branco	129	20	15.5	2	1.6	588	213	36.2	8	1.4
Coimbra	344	80	23.3	9	2.6	1985	494	24.9	246	12.4
Évora	151	37	24.5	6	4.0	1225	476	38.9	136	11.1
Faro	15460	346	2.2	53	0.3	54605	3039	5.6	992	1.8
Guarda	106	31	29.2	1	0.9	721	308	42.7	23	3.2
Leiria	1488	130	8.7	24	1.6	7242	1500	20.7	382	5.3
Lisboa	7665	526	6.9	142	1.9	32189	5289	16.4	3462	10.8
Portalegre	126	31	24.6	2	1.6	810	334	41.2	59	7.3
Porto	2621	153	5.8	33	1.3	7605	840	11.0	761	10.0
Santarém	215	78	36.3	5	2.3	2176	1349	62.0	60	2.8
Setúbal	899	67	7.5	13	1.4	4924	657	13.3	336	6.8
Viana do Castelo	454	33	7.3	3	0.7	2334	493	21.1	79	3.4
Vila Real	63	14	22.2	1	1.6	348	114	32.8	31	8.9
Viseu	171	38	22.2	5	2.9	1170	321	27.4	225	19.2
Total	31330	1784	5.7	321	1.0	125981	17791	14.1	7461	5.9

Fonte: Nova School of Business and Economics & Faculdade de Direito da Universidade de Lisboa (2016).

De acordo com o quadro 37, em Portugal, os *hostels* representavam em 2016, 7% do total de registos correspondentes ao alojamento local (AL) e 20% do total de camas de AL. A sua distribuição pelo território nacional revela algumas assimetrias, já que a maior parte dos *hostels* localizam-se nos principais centros urbanos de Lisboa e Porto e ao longo do litoral algarvio, havendo no distrito de Faro, de acordo com o estudo realizado pela Nova School of Business and Economics & Faculdade de Direito da Universidade de Lisboa (2016), 53 *hostels*. No total, contabilizavam-se em todo o território nacional, 321 *hostels* que disponibilizavam 7461 camas refletindo um crescimento médio verdadeiramente espetacular, de quase 30 *hostels* por ano desde 2005.

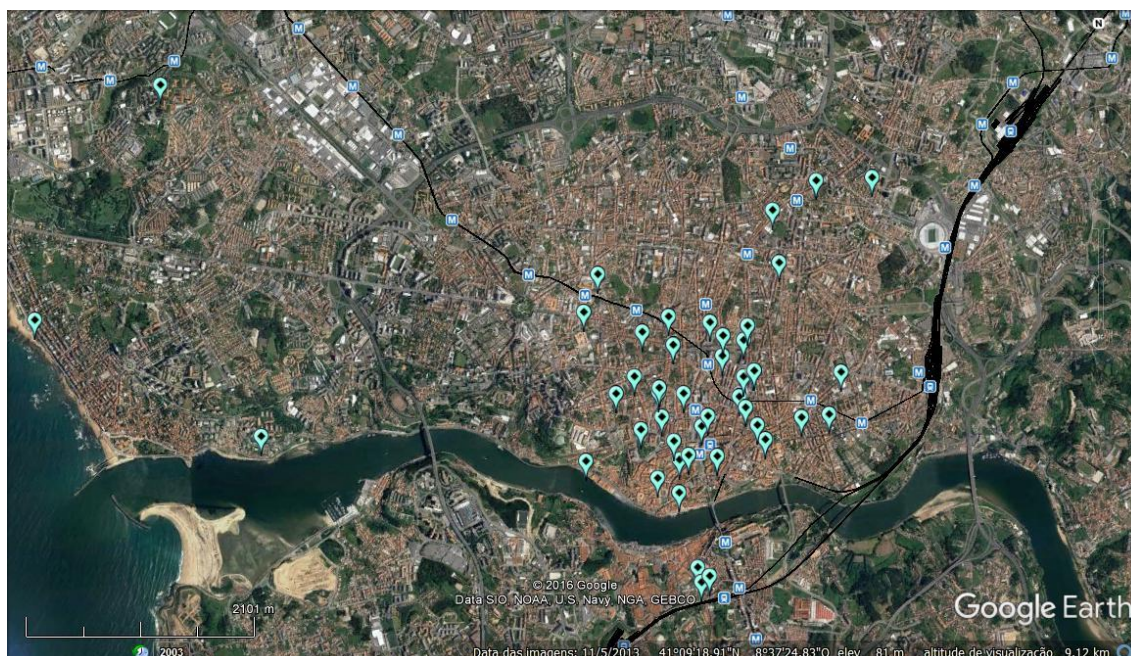
Algumas das características dos *hostels* portugueses, que os diferenciam e destacam a nível global, é a criatividade, a qualidade e profissionalismo dos seus proprietários que acompanham tendências e oferecem um serviço de elevada qualidade, refletida nos inúmeros prémios com que têm sido distinguidos. A partir das classificações/avaliações dadas pelos clientes, o conhecido sítio de internet de reservas *hostelworld*

(<http://www.hostelworld.com>) premeia anualmente os melhores *hostels* em todo o mundo, em diferentes categorias: melhor *hostel* de pequena dimensão (<=75 camas), de média dimensão (76-150 camas) e de grande (151-350 camas) e muito grande dimensão (>350 camas); melhor *hostel* por continente, melhor *hostel* por país, *hostel* mais popular, entre outros.

Em 2017, entre os dez primeiros classificados na categoria de melhor *hostel* de média dimensão, 6 são portugueses e 4 ocupam mesmo as primeiras posições! Entre os melhores *hostels* de grande dimensão, temos também um *hostel* português, acontecendo o mesmo noutras categorias. Num setor hoteleiro relativamente recente no nosso país gerido muitas vezes por *backpackers*, sem experiência e/ou qualificações profissionais na área dos alojamentos turísticos, têm feito um trabalho verdadeiramente espetacular.

7.4.1.2. Hostels no Porto

Segundo a página oficial de *Facebook* do *hostel* Andarilho, este terá sido o primeiro alojamento desta tipologia a abrir as suas portas na cidade do Porto, em maio de 2006, embora já não estivesse em funcionamento durante o ano de 2017.



Fonte: RNAL, www.hostelworld.com, www.booking.com, www.google.com/earth. Construção do autor (abril de 2017).

Figura 29. Localização dos *Hostels* na área urbana do Porto e Vila Nova de Gaia.

Desde então, o crescimento do número de *hostels* seguiu a tendência nacional, contabilizando-se em abril de 2017, 43 *hostels* em funcionamento no concelho do Porto e três, no concelho de Vila Nova de Gaia, totalizando aproximadamente 2023 camas. Analisando o mapa da figura 39, verifica-se que a grande maioria dos *hostels* encontra-se localizada no centro da cidade do Porto, dentro ou nas proximidades da área classificada como Património Mundial da UNESCO, parecendo também haver uma tendência nítida para se encontrarem perto de estações de metro e estações ferroviárias (apenas três alojamentos estão localizados a mais de 1 km de uma estação de metro).

A proximidade à maioria das atrações e a preocupação do alojamento ficar a distâncias reduzidas de estações da rede de metro da cidade, facilitando a mobilidade dos hóspedes e a possibilidade de realizar distâncias mais curtas a caminhar, e a proximidade de mais serviços complementares à atividade turística, como a restauração, bares e outros lugares de diversão noturna, parecem ter sido as principais estratégias adotadas pelos proprietários. Não havendo informação para todos os *hostels* da cidade relativamente ao número de camas, utilizou-se o número máximo de utentes para aferir da sua dimensão. A esmagadora maioria dos *hostels* do Porto e Gaia, 42, são de pequena dimensão (<75 hóspedes de capacidade máxima); 1 *hostel* é de média dimensão (76-150 hóspedes) e 3 são de grande dimensão (151-350 hóspedes), onde se inclui a pousada da juventude do Porto. Com a oferta deste tipo de alojamento a aumentar, alguns *hostels* especializaram-se em algumas áreas temáticas.

O SURFIVOR - Porto Surf *Hostel* é dedicado ao surf, fornecendo vários serviços como o “Surf Camp” que inclui 7 noites de alojamento com pequeno-almoço, aulas de surf durante a semana, aluguer dos equipamentos de surf, transferes, aulas de ioga, entre outros. Disponibiliza também alojamento e pequeno-almoço, com serviços-extra pagos à parte. Outra nota de destaque é o facto do sítio de internet deste *hostel* estar apenas disponível em língua inglesa e em alemão - os principais mercados europeus que procuram este tipo de *hostels*.

Outro *hostel* interessante é o Albergue de Peregrinos, que entrou em funcionamento em 2016 através de uma associação entre a iniciativa privada e a Santa Casa da Misericórdia do Porto. Destinado exclusivamente a peregrinos, esta iniciativa tenta colmatar a necessidade de procura de alojamento por parte de jovens peregrinos que se dirigem para Santiago de Compostela ou até mesmo Fátima. Oferece um conjunto de serviços típicos dos *hostels*, como wi-fi grátis, sala de convívio, camaratas, cozinha e casas de banho partilhadas, por apenas 10€.

Quadro 38. Características dos *hostels* localizados nas cidades do Porto e Vila Nova de Gaia.

N.º	Nome do <i>hostel</i>	Data de abertura	Nº Camas	Nº Utentes	Nº Quartos	Nº Beliches	Fonte	Inscrição no RNAL
1	BEING PORTO HOSTEL	28/01/2016	35	43	15	10	www.hostelworld.com ; https://rnt.turismodeportugal.pt/RNAL/	Sim
2	HOSTEL GAIAPORTO	s/d	-	22 b)	-	-	www.hostelworld.com	Não
3	KUBIK RUPIK HOSTEL	s/d	-	32 b)	-	-	www.hostelworld.com	Não
4	YES! PORTO HOSTEL	s/d	-	29 b)	-	-	www.hostelworld.com	Não
5	GALLERY HOSTEL PORTO	22/06/2016	41	41	10	32	www.hostelworld.com ; https://rnt.turismodeportugal.pt/RNAL/	Sim
6	PORTO LOUNGE HOSTEL	25/06/2012	38	44	11	26	www.hostelworld.com ; https://rnt.turismodeportugal.pt/RNAL/	Sim
7	PORTO SPOT HOSTEL	11/05/2010	a)	57 b)	a)	a)	www.hostelworld.com ; https://rnt.turismodeportugal.pt/RNAL/	Sim
8	NICE WAY PORTO	19/05/2016	160	160	32	69	www.hostelworld.com ; https://rnt.turismodeportugal.pt/RNAL/	Sim
9	TATTVA DESIGN HOSTEL	03/07/2012	134	136	16	56	www.hostelworld.com ; https://rnt.turismodeportugal.pt/RNAL/	Sim
10	GARDEN HOUSE HOSTEL	S/d	-	46 b)	-	-	www.hostelworld.com	Não
11	PORTO REPUBLICA HOSTEL & SUITES	18/01/2016	7	58 b)	6	22	www.hostelworld.com ; https://rnt.turismodeportugal.pt/RNAL/	Sim
12	PILOT DESIGN HOSTEL & BAR	30/10/2012	a)	38 b)	a)	a)	www.hostelworld.com ; https://rnt.turismodeportugal.pt/RNAL/	Sim
13	MIMHOSTEL	S/d	-	27 b)	-	-	www.hostelworld.com	Não
14	PORTO WINE HOSTEL	2011 (aprox.)	-	45 b)	-	-	www.hostelworld.com	Não
15	MAGNOLIA PORTO HOSTEL	11/08/2010	a)	31 b)	a)	a)	www.hostelworld.com ; https://rnt.turismodeportugal.pt/RNAL/	Sim
16	RIVOLI CINEMA HOSTEL	09/10/2014	42	42	14	14	www.hostelworld.com ; https://rnt.turismodeportugal.pt/RNAL/	Sim
17	OPORTO SKY HOSTEL	S/d	-	29 b)	-	-	www.hostelworld.com	Não
18	BEST GUEST PORTO HOSTEL	28/09/2015	63	66	18	27	www.hostelworld.com ; https://rnt.turismodeportugal.pt/RNAL/	Sim
19	OPORTO CITY HOSTEL	S/d	-	52 b)	-	-	www.hostelworld.com	Não
20	OPORTO INVICTUS HOSTEL	S/d	-	28 b)	-	-	www.hostelworld.com	Não
21	O2 HOSTEL	S/d	-	28 b)	-	-	www.hostelworld.com	Não
22	COOLHOSTEL	20/01/2017	10	31	6	8	www.hostelworld.com ; https://rnt.turismodeportugal.pt/RNAL/	Sim
23	SO COOL HOSTEL PORTO	S/d	-	44 b)	-	-	www.hostelworld.com	Não
24	ALMA PORTO HOSTEL	08/08/2014	a)	18	a)	a)	www.hostelworld.com ; https://rnt.turismodeportugal.pt/RNAL/	Sim
25	PORTO ALIVE HOSTEL	S/d	-	32 b)	-	-	www.hostelworld.com	Não
26	OPORTOCEAN HOSTEL	S/d	-	37 b)	-	-	www.hostelworld.com	Não
27	SPORT HOSTEL IN PORTO	S/d	-	48 b)	-	-	www.hostelworld.com	Não
28	CITY DROPS HOSTEL	S/d	-	20 b)	-	-	www.hostelworld.com	Não
29	DOURO SURF HOSTEL	S/d	-	16 b)	-	-	www.hostelworld.com	Não
30	REPUBLICA DO FADO OPORTO HOSTEL	S/d	-	20 b)	-	-	www.hostelworld.com	Não
31	POUSADA DA JUVENTUDE DO PORTO	S/d	-	158 b)	-	-	www.hostelworld.com	-

Capítulo 7. Área de estudo: a cidade do Porto como destino turístico

32	PORTO DOWNTOWN HOSTEL	12/03/2012	A)	21 b)	a)	a)	www.hostelworld.com ; https://mt.turismodeportugal.pt/RNAL/	Sim
33	ANDARILHO OPORTO HOSTEL	?/05/2006	-	24 b)	-	-	www.hostelworld.com	Não
34	M2STUDENTS HOSTEL	11/03/2014	22	22	7	10	www.hostelworld.com ; https://mt.turismodeportugal.pt/RNAL/	Sim
35	ROCK N PORTO	2016 (aprox.)	-	28 b)	-	-	www.hostelworld.com	Não
36	CANVAS ATELIER HOSTEL	2016 (aprox.)	-	18 b)	-	-	www.hostelworld.com	Não
37	BLUESOCK HOSTELS PORTO	20/03/2017	104	228	4	88	www.hostelworld.com ; https://mt.turismodeportugal.pt/RNAL/	Sim
38	HAPPY PORTO HOSTEL	2016 (aprox.)	-	36 b)	-	-	www.hostelworld.com	Não
39	HOSTEL ALEGRIA	2016 (aprox.)	-	22 b)	-	-	www.hostelworld.com	Não
40	ALBERGUE DE PEREGRINOS	29/05/2016	26	26	4	13	https://www.facebook.com/pg/albergueperegrinosporto/about?ref=page_internal ; https://mt.turismodeportugal.pt/RNAL/	Sim
41	ANTAS VILLE PORTO GUESTHOUSE	21/01/2017	22	27	11	4	www.hostelworld.com ; https://mt.turismodeportugal.pt/RNAL/	Sim
42	HOSTEL CRUZ VERMELHA	01/06/2014	9	17	a)	a)	https://mt.turismodeportugal.pt/RNAL/	Sim
43	MANUEL STEPS 241 - PORTO HOSTEL	01/08/2016	10	10	2	2	https://mt.turismodeportugal.pt/RNAL/	Sim
44	MYOSOTIS OPORTO HOSTEL	13/07/2015	3	8	3	2	https://mt.turismodeportugal.pt/RNAL/	Sim
45	SURFIVOR - PORTO SURF HOSTEL, LDA	02/04/2014	25	26	7	10	https://mt.turismodeportugal.pt/RNAL/ ; https://www.booking.com	Sim
46	URBAN GARDEN PORTO CENTRAL HOSTEL	03/04/2017	32	32	4	16	https://mt.turismodeportugal.pt/RNAL/ ; https://www.booking.com	Sim
TOTAIS			783	2023	170	409		23 sim

Notas: a) Informação em falta no RNAL; b) Informação calculada a partir do número de camas disponíveis nos sítios de internet www.hostelworld.com e www.booking.com. Consulta efetuada em 17-04-2017.

7.5. Atividade turística - caracterização da procura

A evolução do número de hóspedes e de dormidas na cidade do Porto tem sido notável, acompanhando, aliás, a tendência registada em todo o país. Entre 2001 e 2017, cidade do Porto viu aumentar o número de dormidas de 958 mil para mais de 3,7 milhões, correspondendo a aproximadamente 42% do número de dormidas registadas em toda a região Norte.

De acordo com a metainformação disponibilizada pelo sítio de internet do Instituto Nacional de Estatística (INE), os **estabelecimentos hoteleiros** podem classificar-se em “hotéis, pensões, pousadas, estalagens, motéis e hotéis-apartamentos (apart-hotéis); para fins estatísticos incluem-se, ainda, os aldeamentos e apartamentos turísticos”, pelo que os valores apresentados não têm em conta o número de hóspedes e de dormidas em alojamentos locais.

Quadro 39. Evolução do número de Dormidas nos alojamentos turísticos

Territórios	2001 (*)	2014	2015	2016	2017
Portugal	33.562.591	48.711.366	53.074.176	59.122.640	65.385.210
Norte	3.046.000	6.061.742	7.001.899	7.989.922	9.008.846
Área Metropolitana do Porto (AMP)	-	4.030.435	4.580.506	5.210.981	5.883.971
Porto	958.581	2.548.591	2.879.833	3.300.011	3.782.858

Fonte: www.ine.pt. INE, Inquérito à permanência de hóspedes na hotelaria e outros alojamentos. Consulta efetuada dia 13-10-2017 e atualizada em 15 de julho de 2019.

Nota(s): Em 2014, os valores apresentados integram, para além dos estabelecimentos hoteleiros, os do turismo no espaço rural e novas unidades de alojamento local. Em 2015, os valores apresentados incluem todos os estabelecimentos de alojamento local e de turismo no espaço rural.

(*) Fonte: www.pordata.pt

Entre 2009 e 2017, o número de hóspedes na cidade/concelho do Porto mais do que duplicou, passando de quase 800 mil para mais de 1,6 milhões, registando um ritmo de crescimento superior ao da região Norte e de Portugal, que no mesmo período cresceram 77% e 64% respetivamente. Entre os 1.9 milhões de hóspedes no concelho do Porto, em 2017, a maioria (1.45 milhões) ficou alojada em hotéis.

Quadro 40. Evolução do número de hóspedes nos estabelecimentos hoteleiros

Territórios	2009	2011	2013	2015	2016	2017
Portugal	12.927.907	13.992.782	14.371.956	Rv 19.161.180	21.252.625	23.953.765
Norte	2.466.818	2.641.977	2.777.229	Rv 3.882.255	4.358.420	4.892.605
AMP	X	X	X	Rv 2.479.968	2.770.951	3.117.423
Porto	793.315	945.427	1.047.747	Rv 1.459.060	1.638.128	1.876.720

Nota: Rv (valor revisto); x (valor não disponível).

Fonte: www.pordata.pt, consulta efetuada em 25 de novembro de 2017 e atualizada em 15 de julho de 2019.

De acordo com Costa *et al.* (2014), a maioria dos turistas pertence à classe média alta, são casados, empregados, com idades compreendidas entre os 26 e 50 anos e com níveis de

instrução ao nível da licenciatura e pós graduação. As principais motivações dos turistas que visitaram o Porto em 2013 foram: férias/lazer (41,6%), visita de familiares e amigos (30,2%), negócios (23,2%) e estudos (5%); as companhias aéreas mais utilizadas foram a Ryanair (41%), TAP (29%) e Easyjet (12%) e a internet foi o meio mais utilizado na procura de informação sobre o destino (50%) e também o meio mais utilizado na organização da viagem (57%).

Em 2013, 75% dos turistas viajaram acompanhados e 25% viajaram sozinhos. Nesse mesmo ano, 51.1% dos turistas ficaram alojados em hotéis salientando-se o aumento do número de turistas alojados em *hostels*: 4.1% em 2011 para 10.9 em 2013. Os mercados mais importantes são o espanhol, francês, inglês, alemão, italiano, holandês e suíço. Fora da Europa, destacam-se os mercados norte-americano e brasileiro (Costa *et al.*, 2014). A mesma tendência pode ser verificada no relatório do IPDT de 2017 (Instituto de Planeamento e Desenvolvimento do Turismo, 2017) com a França, Suíça, Reino Unido e Espanha colocados no topo dos mercados emissores do segmento lazer/férias. Fora da Europa, o Brasil, Estados Unidos da América e Canadá são os mercados mais importantes. As principais atividades realizadas durante a visita são: experiências gastronómicas, apreciar paisagens, compras, compra de artesanato e visitas a monumentos.

7.6. Conclusão

Apresentou-se neste capítulo uma breve caracterização física e humana da cidade do Porto com destaque para a atividade turística, analisada a partir das principais características ligadas à oferta e à procura. Principal destino turístico da região Norte, a cidade do Porto tem vindo a aumentar de forma significativa o número de turistas. Possuidora de uma grande variedade e quantidade de recursos turísticos primários e secundários complementa a diversificada oferta existente em toda a região Norte. Por conseguinte, enumeram-se as principais atrações do destino urbano Porto e atividades a realizar pelos turistas, classificando-as e organizando-as de acordo com o contributo de Mill & Morrison (1992) e Caldeira (2014).

As suas características geomorfológicas condicionaram desde a sua origem toda a evolução da malha urbana, que preserva, até aos dias de hoje, um carácter predominantemente medieval. A proximidade ao Vale do Douro e ao Oceano Atlântico permitiram-lhe, ao longo da história, desenvolver um grande número de atividades económicas como a construção naval ou a armazenagem e comércio do mundialmente conhecido “Vinho do Porto”.

A modernização do aeroporto Francisco Sá Carneiro, a instalação de novas rotas e de companhias aéreas de baixo custo colocaram o Porto e a região Norte mais próxima dos principais destinos europeus. O aumento da oferta de uma grande variedade de alojamentos, entre os quais se destacam os *hostels*, a riqueza do património histórico-cultural, a peculiar combinação entre tradição e cultura com inovação e modernidade têm despertado o interesse de um grande número de jovens viajantes oriundos de todas as regiões do mundo e que de mochila às costas e por maiores ou menores períodos de tempo, visitam este destino genuíno onde tradições e costumes ainda estão enraizados. A importância da atividade turística na cidade do Porto refletida nas estatísticas regularmente apresentadas, não evidencia ainda o impacto económico do segmento *backpacker*, que tem levado ao aumento exponencial do número de *hostels* e de outros serviços turísticos. Não foi possível analisar o turismo *backpacker* com mais pormenor devido à inexistência de dados estatísticos relativos a este segmento de mercado em particular, como já referido por Martins & Costa (2017).

Capítulo 8. Análise de dados

8.1. Introdução

Após a recolha de dados obtidos através do questionário e da aplicação “Open GPS Tracker” apresentados e discutidos no capítulo seis, procedeu-se ao tratamento estatístico descritivo e inferencial dos mesmos e ainda ao tratamento e análise espacial dos dados georreferenciados (De Cantis *et al.*, 2016; Shoval, 2008; Shoval *et al.*, 2015; Yun & Park, 2014). Neste capítulo são apresentados e discutidos os principais resultados deste trabalho de investigação que pretende analisar, entre outros, como o segmento de turistas *backpacker* consome o destino Porto. Por conseguinte, optou-se, por:

- Realizar uma caracterização geral do mercado *backpacker* da cidade através de uma análise estatística descritiva. Esta análise teve em consideração os dados de 293 questionários;
- Analisar o comportamento espaciotemporal dos turistas *backpackers* que realizaram o rastreamento (n=82), recorrendo a um Sistema de Informação Geográfica (S.I.G.), que permite a análise espacial e temporal dos dados georreferenciados e ao alinhamento sequencial múltiplo com o intuito de encontrar padrões de comportamento espaciotemporais;
- Por fim, procede-se à análise estatística inferencial com recurso a testes estatísticos não paramétricos de acordo com o modelo teórico de análise apresentado no capítulo 6 (Metodologia).

Associando ao território da área urbana do Porto a informação espaciotemporal dos movimentos efetuados pelos turistas *backpackers*, pretende-se obter um maior esclarecimento de como o comportamento espacial dos turistas deste segmento de mercado dá origem a diferentes padrões de movimento, localizando as áreas mais populares, os territórios menos visitados e conhecer as rotas urbanas mais utilizadas (Shoval *et al.*, 2009), entre outros. Pretende-se ainda conhecer de que forma as características sociodemográficas dos *backpackers*, as características da viagem e as características da visita influenciam o seu comportamento espaciotemporal, nomeadamente, o papel desempenhado pelas fontes de informação. Por fim, pretende-se encontrar padrões de comportamento espaciotemporais utilizando para o efeito um *software* de alinhamento sequencial múltiplo.

8.2. O segmento *backpacker* na cidade do Porto: estatística descritiva

A análise descritiva dos dados recolhidos por questionário foi realizada tendo em conta a estrutura interna do mesmo:

1.^a Parte

- Perfil dos turistas *backpacker* (características dos turísticas);
- Características da viagem;

2.^a Parte

- Características da visita;
- Comportamento espaciotemporal/Mobilidade;
- Atrações visitadas e atividades realizadas

8.2.1. Perfil dos turistas *backpackers*: caraterísticas sociodemográficas e motivações

Responderam ao questionário 301 turistas, no entanto, foram excluídos 8 casos por só terem respondido até à questão 9 do perfil do turista. A amostra incluiu, por isso, 293 turistas *backpackers* em visita à cidade do Porto, 50.2% do sexo feminino e 49.8% do sexo masculino, com idades entre os 18 e os 65 anos (Média = 26.9; Mediana = 25.0; DP = 7.7).

Quadro 41. Países de origem (N = 293).

País	N	%	País	n	%
Alemanha	41	14.0	Argentina	2	0.7
Austrália	26	8.9	Áustria	2	0.7
Espanha	24	8.2	China	2	0.7
E.U.A	23	7.8	Colômbia	2	0.7
Reino Unido	22	7.5	Hungria	2	0.7
Canadá	21	7.2	Israel	2	0.7
Brasil	16	5.5	Brasil/Polónia	1	0.3
França	16	5.5	Bulgária	1	0.3
Portugal	16	5.5	Chile	1	0.3
Países Baixos	14	4.8	Equador	1	0.3
Itália	12	4.1	Grécia	1	0.3
Nova Zelândia	8	2.7	Hong Kong	1	0.3
Bélgica	5	1.7	Irlanda	1	0.3
Coreia do Sul	5	1.7	México	1	0.3
Dinamarca	5	1.7	Noruega	1	0.3
Polónia	4	1.4	Reino unido	1	0.3
Suiça	4	1.4	Suécia	1	0.3
Lituânia	3	1.0	Taiwan	1	0.3
Rússia	3	1.0	Uruguai	1	0.3

Fonte: Construção própria.

Tendo em conta o número de turistas que responderam ao questionário (n=293), a margem de erro é de aproximadamente 5.7% para um nível de confiança de 95%. Em

relação ao número de rastreamentos GPS obtidos (n=82), a margem de erro é de aproximadamente 11% para um nível de confiança de 95%.

A classe etária mais representativa é a classe dos 24-29 anos que corresponde a 41.6% da amostra, seguida da classe 18-23 anos (33.8%). No conjunto, constituem 75.4% dos inquiridos indo de encontro aos dados apresentados na literatura que refere que o segmento *backpacker* é constituído predominantemente por turistas mais jovens (Brzózka, 2012; Loker-Murphy, 1997; Muzaini, 2006; Paris & Teye, 2010; Reichel *et al.*, 2009; Richards, 2015; Sørensen, 2003)

Quadro 42. Características sociodemográficas (N = 293).

Variáveis	Categorias	n	%
Sexo	Masculino	147	50.2
	Feminino	146	49.8
Escolaridade	Ensino Secundário	51	17.4
	Ensino Superior	177	60.4
	Mestrado	59	20.1
	Doutoramento	6	2.0
Idade	18-23	99	33.8
	24-29	122	41.6
	30-35	47	16.0
	36-41	12	4.1
	≥42	13	4.4
Estado civil	Solteiro	211	72.0
	Numa relação (não casados)	63	21.5
	Casado	9	3.1
	Separado/divorciado	8	2.7
	Outra	2	0.7
Filhos	Não	279	95.2
	Sim (<i>com idades dos 4 aos 38 anos</i>)	14	4.8
Situação profissional	Empregado a tempo inteiro	123	42.0
	Empregado a tempo parcial	38	13.0
	Estudante	16	5.5
	Desempregado	96	32.8
	Outro	20	6.8
Rendimento anual (Euros) (N = 223)	<3000	12	5.4
	3000-7000	40	17.9
	7001-14000	33	14.8
	14001-20000	43	19.3
	20001-30000	54	24.2
	>30001	41	18.4
Regiões de turismo (<i>distribuição por país no</i> <i>Quadro 41</i>)	Europa	181	61.8
	América	69	23.5
	Ásia Oriental e Pacífico	43	14.7

Fonte: Construção própria.

A maioria é proveniente de países europeus (61.8%), 23.5% têm origem em países do continente americano e 14.7% da Ásia Oriental e Pacífico (quadro 1), em linha com outras investigações (Hampton, 1998; Loker-Murphy, 1997; Loker-Murphy & Pearce, 1995; Maoz, 2007; Martins, Rachão, & Costa, 2018; Pearce *et al.*, 2009; Richards, 2015). Comparando com os dados estatísticos recolhidos pelo Instituto de Planeamento

e Desenvolvimento do Turismo (2017) verifica-se que o segmento *backpacker* segue a mesma tendência dos turistas do segmento lazer/férias que visita o Porto e o Norte de Portugal: França (32%), Brasil (10%), Reino Unido (9.2%), Suíça (8.5%) e Espanha (7%), entre outros.

Na presente investigação, as nacionalidades mais representadas são a alemã (14%), australiana (8.9%), espanhola (8.2%), norte-americana (7.8%) e britânica (7.5%). Predominam os turistas com formação superior (60.4%) ou com nível de escolaridade mais elevado, uma vez que 20.1% têm Mestrado e 2.0% têm Doutoramento, havendo também uma maior representatividade dos solteiros (72.0%) e dos que não têm filhos (95.2%). A maioria trabalha a tempo inteiro (42.0%) ou a tempo parcial (13.0%), mas existe um número elevado de desempregados (32.8%).

Relativamente ao rendimento anual, mais de metade (61.9%) afirmou ganhar mais de 14000 Euros por ano, 19.3% referiram obter entre 14.001 e 20.000 Euros, 24.2% de 20.001 a 30.000 Euros e 18.4% mais de 30.000 Euros. Quase 1 em cada 4 (23.3%) têm rendimentos anuais até 7.000 Euros, dos quais, 5.4% até 3.000 Euros e 17.9% de 3.001 a 7.000 Euros (Quadro 42).

Quadro 43. Tipologia de backpacker e tipo de quarto (N = 293).

Variáveis	Categorias	n	%
Tipologia <i>backpacker</i>	<i>Backpacker</i> (longa duração)	93	31.7
	Nómada Global	70	23.9
	Flashpacker	48	16.4
	<i>Backpacker</i> (curta duração)	34	11.6
	Study <i>backpacker</i>	18	6.1
	Gap Year <i>Backpacker</i>	11	3.8
	Party <i>Backpacker</i>	7	2.4
	University Gap Traveller	5	1.7
	Voluntourism	5	1.7
	Others	1	0.3
	s/d	1	0.3
Tipo de quarto no alojamento	Dormitório Misto	222	75.8
	Dormitório Feminino	31	10.6
	Quarto Duplo (2 camas)	22	7.5
	Quarto individual	6	2.0
	Quarto Duplo (2 camas) Superior	3	1.0
	Quarto Familiar	3	1.0
	Outros	6	2.0

Fonte: Construção própria.

Em média, cada um dos turistas participantes no estudo fez 5 viagens internacionais com duração superior a uma semana, nos 5 anos anteriores (Média = 5.1; Mediana = 4.0; DP = 4.0), o que reflete uma certa experiência em viajar.

Observando as principais tipologias de *backpackers*, verifica-se que os *backpackers* de longa duração (31.7%), os nómadas globais (23.9%), os *flashpackers* (16.4%) e os *backpackers* de curta duração (11.6%) são os mais representativos – em conjunto constituem 83.6% da amostra. A grande maioria escolheu as opções de alojamento mais económicas, ficando alojada em dormitórios: 75.8% em dormitórios mistos e 10.6% em dormitórios femininos (Quadro 43).

8.2.2. Características da viagem

No que respeita ao perfil da viagem, a estada mais frequente teve uma duração de 2 a 4 noites (63.9%): 24.7% ficam 2 noites, 23.7% ficam 3 noites e 15.5% ficam 4 noites. Salienta-se ainda os 8.2% de turistas que ficaram no Porto 10 ou mais noites. A maioria dos *backpackers* que visitou a cidade viajou sozinho (54.6%) e descreveu a viagem como férias de curta duração dos estudos/trabalho (38.7%) ou férias de longa duração dos estudos/trabalho (28.1%). 6.2% dos turistas que participaram neste estudo encontravam-se a fazer um programa de intercâmbio universitário (Erasmus+) quer no Porto, quer noutras cidades portuguesas e 21 turistas (7.2%) estavam a viajar numa pausa sabática conhecida nos países anglo-saxónicos como “*gap year*”. Quanto aos aparelhos tecnológicos com que viajavam, 84.6% referiram o *smartphone*, 19.5% o telemóvel, 15.7% o computador portátil e 15.4% o *tablet* (Quadro 44).

Dos 293 participantes no estudo, 250 (85.3%) estavam a visitar o Porto pela primeira vez, encontrando-se a fazer uma viagem internacional multidestino: antes de chegarem ao Porto, 122 (41.6%) turistas tinham visitado outro(s) país(es), destacando-se Espanha como o país mais visitado pelos turistas antes de chegarem ao Porto (63.1% dos 122 tinham visitado a Espanha) e 44.2% afirmaram pretender visitar outro(s) país(es) depois de Portugal. Espanha foi também o país que mais turistas tencionavam visitar depois de deixarem Portugal tendo sido referido por 41.9% dos *backpackers* com intenções de visitar outros países.

A análise do quadro 45 permite confirmar que mais de metade dos inquiridos também tinham visitado outra cidade antes de chegar ao Porto (54.1%) e tencionavam visitar outra cidade depois de deixar Porto (51.2%). Lisboa (incluindo Cascais e Sintra) foi a cidade mais referida em ambos os casos. Estes dados demonstram que a maioria dos *backpackers* não escolheu a cidade do Porto ou Portugal como destinos únicos mas sim como destino de passagem numa viagem internacional que inclui outros países europeus, maioritariamente Espanha.

Quadro 44. Caracterização da viagem (N = 293).

Variáveis	Categorias	N	%
Noites no Porto (N = 291) Mínimo - máximo: 1-161 Mediana: 3.0 Média (DP): 6.3 (14.1)	1 noite	9	3.1
	2 noites	72	24.7
	3 noites	69	23.7
	4 noites	45	15.5
	5 noites	26	8.9
	6 noites	21	7.2
	7 noites	13	4.5
	8 noites	6	2.1
	9 noites	6	2.1
	10 noites ou mais	24	8.2
Tipologia de viagem (N = 292)	Férias de curta duração dos estudos/trabalho	113	38.7
	Férias de longa duração dos estudos/trabalho	82	28.1
	Viagem de curta duração	32	11.0
	Estudar no estrangeiro - fazer Erasmus+ numa universidade portuguesa)	18	6.2
	Gap Year (pausa sabática) antes do início dos estudos secundários/universitários	14	4.8
	Gap Year (pausa sabática) depois de graduação dos estudos secundários/universitários/fim de serviço militar	7	2.4
	Praticar voluntariado	9	3.1
	Outras	17	5.8
Tipologia do grupo de visita (N = 291)	Viajo sozinho(a)	159	54.6
	Viajo com um amigo próximo que começou a viagem comigo	59	20.3
	Viajo com a minha namorada(o)	30	10.3
	Viajo com um grupo de amigos chegados que começaram esta viagem comigo	28	9.6
	Viajo com familiares	12	4.1
	Viajo com novos amigos que fui conhecendo nesta viagem	3	1.0
Aparelhos tecnológicos ⁽¹⁾	<i>Smartphone</i>	248	84.6
	Telemóvel	57	19.5
	Computador pessoal	46	15.7
	<i>Tablet</i>	45	15.4
	Outro	20	6.8

⁽¹⁾ Possibilidade de mais do que uma resposta.

Fonte: Construção própria.

As motivações para viajar e para visitar o Porto foram também analisadas com o intuito de conhecer melhor este segmento turístico. A revisão da literatura permitiu identificar um grande número de interesses/motivações dos turistas *backpackers* organizadas nos seguintes constructos: crescimento pessoal e social (autoconhecimento e autoaperfeiçoamento); interação social; experiências no destino; fuga e relaxamento; conhecimento cultural; viagem económica e preferência por *backpacking* e conformidade.

Quadro 45. Caracterização da viagem (N = 293).

Variáveis	Categorias	n	%
Vistas anteriores ao destino	Não, nunca	250	85.3
	Sim	43	14.7
Quantas vezes? (N = 43)	1 vez	24	55.8
	2 vezes ou mais	19	44.2
Visitou outro país antes de chegar a Portugal	Não	171	58.4
	Sim	122	41.6
Países mais referidos (Top 5) ⁽¹⁾ (N = 122)	Espanha	77	63.1
	França	42	34.4
	Reino Unido	22	18.0
	Itália	16	13.1
	Alemanha	12	9.8
Visitará outro(s) país(es) depois de Portugal?	Não	163	55.8
	Sim	129	44.2
Países mais referidos (Top 5) ⁽¹⁾ (N = 129)	Espanha	54	41.9
	França	35	27.1
	Itália	32	24.8
	Reino Unido	29	22.5
	Alemanha	14	10.9
Visitou outra cidade antes de chegar a Porto	Não	134	45.9
	Sim	158	54.1
Cidades/regiões mais referidas (Top 5) ⁽¹⁾ (N = 158)	Lisboa (inclui Sintra e Cascais)	67	42.4%
	Algarve	33	20.9%
	Barcelona	23	14.6%
	Madrid	21	13.3%
	Paris	11	7.0%
	Londres	11	7.0%
	Coimbra	9	5.7%
	Braga	6	3.8%
Aveiro	6	3.8%	
Visitará outra(s) cidade(s) depois do Porto	Não	142	48.8
	Sim	149	51.2
Cidades/regiões mais referidas (Top 5) ⁽¹⁾ (N = 149)	Lisboa (inclui Sintra e Cascais)	74	49.7%
	Madrid	19	12.8%
	Algarve	18	12.1%
	Coimbra	14	9.4%
	Aveiro	11	7.4%
	Paris	11	7.4%
	Barcelona	11	7.4%
Braga	10	6.7%	

⁽¹⁾ Possibilidade de mais do que uma resposta.

Fonte: Construção própria.

Como foi utilizada uma escala de *Likert*, calcularam-se os valores do *Alpha* de *Cronbach* das dimensões da escala das motivações para viajar e para visitar o Porto (Quadro 46), demonstrando uma boa consistência interna. De facto, os valores do *Alpha* de *Cronbach* foram todos superiores a 0.70, com exceção da dimensão “preferência por *backpacking* e conformidade”, cujo *Alpha* de *Cronbach* foi 0.649, valor considerado aceitável (Hair, Black, Babin, & Anderson, 2010), pelo que não está em causa a fiabilidade da dimensão.

Quadro 46. Consistência interna das dimensões da Escala das Motivações (N = 293).

Dimensões	Nº de itens	Alpha de Cronbach	
		Para viajar	Para visitar o Porto
Crescimento pessoal e social	7	0.799	0.838
Interação Social	7	0.710	0.746
Experiências no destino	13	0.765	0.802
Fuga e relaxamento	4	0.725	0.814
Conhecimento Cultural	3	0.784	0.786
Viagem económica	4	0.797	0.792
Preferência por <i>backpacking</i> e conformidade	6	0.649	0.699

Fonte: Construção própria.

O score de cada dimensão da escala das motivações foi calculado através da média dos respetivos itens, podendo variar do mínimo de 1 ao máximo de 5 – quanto mais alto é o valor do score, mais fortes são as motivações nessa dimensão. Os resultados dos scores das motivações para viajar e para visitar o Porto são apresentados no Quadro 47.

Quadro 47. Caracterização das motivações para viajar e para visitar o Porto.

Dimensões	Mediana	Média (DP)	p-value ⁽¹⁾
Crescimento pessoal e social			
Para viajar	3.86	3.79 (0.74)	< 0.001
Para visitar o Porto	3.14	3.19 (0.83)	
Interação Social			
Para viajar	3.57	3.51 (0.68)	< 0.001
Para visitar o Porto	3.29	3.24 (0.74)	
Experiências no destino			
Para viajar	3.85	3.81 (0.55)	< 0.001
Para visitar o Porto	3.54	3.46 (0.66)	
Fuga e relaxamento			
Para viajar	4.00	3.96 (0.81)	< 0.001
Para visitar o Porto	3.75	3.72 (0.95)	
Conhecimento Cultural			
Para viajar	4.67	4.39 (0.68)	< 0.001
Para visitar o Porto	4.33	4.19 (0.80)	
Viagem económica			
Para viajar	4.00	3.98 (0.86)	< 0.001
Para visitar o Porto	3.75	3.78 (0.92)	
Preferência por <i>backpacking</i> e conformidade			
Para viajar	3.50	3.49 (0.74)	< 0.001
Para visitar o Porto	3.33	3.26 (0.82)	

⁽¹⁾ valor de significância do Teste T de Student para amostras emparelhadas.

Fonte: Construção própria.

Os resultados mostram que as motivações para viajar são mais fortes do que as motivações para visitar o Porto em todas as dimensões, sendo as diferenças estatisticamente significativas ($p < 0.001$) (Quadro 47).

Analisando as médias e medianas das pontuações, conclui-se que o “conhecimento cultural”, “fuga e relaxamento” e “viagem económica” são as motivações mais fortes, tanto para viajar como para visitar o Porto. Tratando-se de um destino classificado pela UNESCO como património da Humanidade, o Porto é efetivamente uma cidade com um foco muito grande na dimensão cultural confirmado também pelo interesse demonstrado pelos turistas deste segmento. Escapar à rotina da vida diária e do trabalho, relaxar psicologicamente, procurar ambientes calmos, seguros e afastados de multidões são interesses que vão ao encontro do constructo “fuga e relaxamento”, uma das principais motivações dos *backpackers* referidos em alguns estudos internacionais (Paris & Teye, 2010; Pearce *et al.*, 2009; Richards & Wilson, 2004a). Pelo contrário, as dimensões “interação social” e “preferência por *backpacking* e conformidade” foram as que tiveram pontuações médias e medianas mais baixas (Quadro 47).

8.2.3. Características do dia de visita à cidade

A segunda parte do questionário, relativa a um dia de visita ao Porto, foi respondida por 252 (86.0%) dos 293 turistas participantes no estudo.

Embora algumas investigações realizadas fora de áreas urbanas tenham concluído que as condições atmosféricas têm um impacte significativo no comportamento e satisfação dos turistas (Becken & Wilson, 2013; Coghlan & Prideaux, 2009; Simpson *et al.* 2008 citados por McKercher *et al.*, 2014) um estudo realizado por McKercher *et al.* (2014) na área urbana de Hong-Kong sugere que as condições meteorológicas verificadas durante a visita têm, na verdade, um efeito reduzido no comportamento espaciotemporal dos turistas. Numa publicação mais recente, Caldeira & Kastenholtz (2018) concluem que o estado do tempo, nomeadamente as temperaturas máximas do ar, tem impacte na satisfação dos turistas que visitam Lisboa durante o Verão.

Quadro 48. Verificação e influência da previsão da meteorologia (N = 252).

Variáveis	Categorias	n	%
Consultou a previsão do estado do tempo para o dia da visita	Não	101	40.1
	Sim	151	59.9
Em que medida a previsão do estado do tempo influenciou os planos da sua visita. (N = 150)	1= nada importante	10	6.7
	2	21	14.0
	3	42	28.0
	4	41	27.3
	5= muito importante	36	24.0

Fonte: Construção própria.

Mais de metade dos 252 turistas *backpackers* que responderam a esta questão afirmaram que consultaram a previsão meteorológica antes de iniciar a visita (59.9%),

em linha com uma investigação realizada em Hong Kong (McKercher *et al.*, 2014). Pode-se ainda observar no quadro 48, que a maioria (51.3%) dos que consultaram as previsões referiram que as mesmas afetaram bastante os seus planos da visita.

Observa-se no quadro 49 que predominaram também os turistas que fizeram a visita sozinhos (42.8%) ou com outra pessoa (37.2%). Relativamente à companhia de visita, predominaram os que visitaram com um amigo próximo com quem iniciaram a viagem (19.8%), os que visitaram com alguém que conheceram durante a viagem (17.5%) e os que visitaram com o(a) namorado(a) (10.3%). Apenas 2 turistas (0.8%) fizeram a visita ao Porto com filhos e 51 (20.3%) participaram em *tours* organizados – a maioria com guia (78.4%).

Quadro 49. Caraterização do dia de visita ao Porto.

Variáveis	Categorias	n	%
Quantas pessoas o(a) acompanharam HOJE na sua visita ao Porto? (N = 250)	0	107	42.8
	1	93	37.2
	2	24	9.6
	3 ou mais	26	10.4
Tipologia do grupo de visita (N = 252)	Visitei o destino sozinho(a)	104	41.3
	Visitei o destino com um amigo próximo que começou a viagem comigo	50	19.8
	Visitei o destino com novos amigos que fui conhecendo nesta viagem	44	17.5
	Visitei o destino com a minha namorada(o)	26	10.3
	Visitei o destino com um grupo de amigos chegados que começaram esta viagem comigo	21	8.3
	Visitei o destino com familiares	7	2.8
Existência de crianças no grupo de visita (N = 252)	Não	249	99.2
	Sim (4 e 14 anos de idade)	2	0.8
Participação em <i>tour</i> organizado (N = 251)	Não	200	79.7
	Sim	51	20.3
Com guia turístico (N = 51)	Não	11	21.6
	Sim	40	78.4

Fonte: Construção própria.

Foi também solicitado aos participantes que fornecessem informações sobre tecnologia e **fontes de informação** usadas antes da viagem, durante o dia de visita ao Porto e para fazerem uma reserva. No Quadro 50 são apresentados os resultados que ilustram bem a importância quer das informações obtidas antes da realização da viagem através da conhecida troca de informações “boca-a-boca” realizada com amigos e/ou com familiares (Hindle, Martin, & Nash, 2015; Murphy, 2001; Pearce *et al.*, 2009; Richards & Wilson, 2004), quer do recurso à internet (Pearce *et al.*, 2009; Richards & Wilson, 2004).

Os motores de busca *online* (e.g. google.com) destacaram-se por serem a fonte de informação mais utilizada **antes da visita** – tendo sido mencionados por 70.6%. Os sítios de internet de reservas de alojamento (49.6%), os sítios de internet de avaliação de viagens *online* (e.g. tripadvisor.com) (40.5%), a família e amigos (48.1%) e outros viajantes (46.9%) foram outras fontes de informação muito referidas - por mais de 40% dos *backpackers*. **Durante o dia de visita**, os motores de busca *online* (e.g. Google.com) (44.7%), outros viajantes (34.7%) e guias de viagem (28.6%) foram as fontes de informação mais referidas. Para fazer as reservas, os sítios de internet mais mencionados foram os de reservas de alojamento (30.5%) e os de reserva de companhias aéreas (15.6%). Relativamente às companhias aéreas, as mais referidas foram a Ryanair (n = 39), a SkyScanne (n = 11) e a Easyjet (n = 8).

Quadro 50. Fontes de pesquisa e de informação utilizadas pelos *backpackers* (N = 252).

Variáveis ⁽¹⁾	Usado antes da visita	Usado durante a visita	Para fazer uma reserva	Não usado
Família e amigos	126 (48.1%)	28 (10.7%)	-	103 (39.3%)
Outros viajantes	123 (46.9%)	91 (34.7%)	-	58 (22.1%)
Artigos em revistas e jornais	48 (18.3%)	17 (6.5%)	-	168 (64.1%)
Guias de viagem (Lonely Planet, Rough Guide...)	101 (38.5%)	75 (28.6%)	-	110 (42.0%)
Brochuras de tours	46 (17.6%)	51 (19.5%)	-	154 (58.8%)
Blogs internet	96 (36.6%)	44 (16.8%)	-	126 (48.1%)
Redes Sociais (Facebook...)	69 (26.3%)	48 (18.3%)	5 (1.9%)	142 (54.2%)
Agentes de viagem	6 (2.3%)	3 (1.1%)	4 (1.5%)	218 (83.2%)
Operadores/empresas de tours	18 (6.9%)	5 (1.9%)	4 (1.5%)	209 (79.8%)
Agências de viagem para estudantes e <i>backpackers</i>	13 (5.0%)	20 (7.6%)	12 (4.6%)	193 (73.7%)
Exposições e eventos de viagens	31 (11.8%)	8 (3.1%)	1 (0.4%)	195 (74.4%)
Motores de pesquisa on-line (Google...)	185 (70.6%)	117 (44.7%)	14 (5.3%)	42 (16.0%)
Sítios de internet de autoridades oficiais de turismo (ex. www.visitporto.travel)	55 (21.0%)	16 (6.1%)	5 (1.9%)	175 (66.8%)
Sítios de internet de companhias aéreas	67 (25.6%)	4 (1.5%)	41 (15.6%)	123 (46.9%)
Sítios de internet para reserva de alojamento (hostelworld.com, booking.com...)	130 (49.6%)	22 (8.4%)	80 (30.5%)	47 (17.9%)
Revistas de viagens on-line	106 (40.5%)	50 (19.1%)	5 (1.9%)	112 (42.7%)
Outros sítios de internet sobre viagens	90 (34.4%)	15 (5.7%)	2 (0.8%)	143 (54.6%)
Aquisição do cartão de descontos Porto Card	3 (1.1%)	7 (2.7%)	-	221 (84.4%)

⁽¹⁾ Possibilidade de mais do que uma resposta.

Fonte: Construção própria.

Um dado relevante é o facto dos sítios de internet das autoridades oficiais de turismo (ex. www.visitporto.travel) não ter sido muito utilizado, não só antes da visita (21.0%) como durante a visita (6.1%), em linha com os resultados obtidos por Jacobsen & Munar (2012) que concluíram que o sítio oficial de internet da organização responsável pelo marketing do destino (Turismo de Espanha) demonstrou ter uma importância muito reduzida sobre a tomada de decisão dos turistas dinamarqueses e noruegueses de visita a Maiorca.

Outro facto a salientar é a reduzida utilização do conhecido cartão de descontos Porto Card, por ter sido adquirido por apenas 10 turistas *backpackers* (3.97%), tanto antes como durante a visita ao Porto. De acordo com o sítio de internet oficial do Turismo do Porto (<http://visitporto.travel/>) todas as modalidades do *Porto Card* oferecem entrada gratuita em 11 museus, desconto até 15% em 21 restaurantes, 50% de desconto em 8 museus e monumentos, visita guiada à Casa da Música e Palácio da Bolsa, 35% desconto no SEA LIFE, entre muitos outros descontos.

Relativamente às estimativas de gastos diários num dia de visita típico ao Porto (Quadro 51), em média, cada turista *backpacker* gastou 82.57 Euros (Mediana = 75.00; DP = 43.60). Os gastos com o alojamento (22.09 Euros) e com comida em restaurantes e cafés (18.92 Euros) foram os que mais contribuíram para o total – representaram 50% da média do total de gastos. Seguiram-se os gastos com álcool e entretenimento (11.45 Euros), com *tours* e atividades (10.00 Euros) e com compras gerais e lembranças (8.48 Euros). Os gastos com comida em supermercados (4.91 Euros) e em transportes (5.61 Euros) foram os que tiveram menos peso na média do total de gastos diários (Quadro 51). Segundo o perfil dos turistas que visitam o Porto e o Norte de Portugal, em 2013, a estada média foi de 5.88 noites e o consumo unitário por turista/noite foi de 49 Euros (Costa *et al.*, 2014).

Quadro 51. Estimativa do dinheiro gasto num dia de visita ao Porto, em Euros (N = 249).

Categorias	Mínimo - Máximo	1º Quartil	Mediana	3º Quartil	Média	DP
Alojamento	0.00 - 100.00	15.00	20.00	25.00	22.09	13.38
Comida em restaurantes e cafés	0.00 - 70.00	10.00	16.00	25.00	18.92	11.71
Álcool e entretenimento	0.00 - 50.00	5.00	10.00	15.00	11.45	9.46
Tours e outras atividades (quando adquiridos)	0.00 - 76.00	0.00	9.00	15.00	10.00	11.39
Compras em geral e souvenirs	0.00 - 50.00	0.00	5.00	10.00	8.48	11.15
Alimentos comprados em lojas e mercados	0.00 - 80.00	0.00	5.00	7.00	4.91	6.90
Tarifas de transporte/aluguer	0.00 - 50.00	0.00	0.00	5.00	4.36	7.53
Combustível	0.00 - 60.00	0.00	0.00	0.00	1.25	6.12
Outros	0.00 - 80.00	0.00	0.00	0.00	1.10	7.66
Total	10.00 - 264.00	55.00	75.00	100.00	82.57	43.60

Fonte: Construção própria.

No estudo realizado na Austrália por Pearce *et al.* (2009), as categorias com médias de gastos mais elevados são as atividades/*tours* (quando adquiridas), o alojamento,

despesas com álcool e entretenimento e refeições em restaurantes e cafés, respetivamente. Numa investigação à escala mundial, Richards & Wilson (2004) concluíram que em média, 56.7% dos turistas *backpackers* gastam por dia entre 11 e 30 Dólares norte-americanos e que apenas 19.8% gastam mais de 31 Dólares. Nesse estudo, que não discrimina as despesas efetuadas, os gastos médios diários encontram-se inversamente relacionados com o tempo de permanência dos *backpackers* - os gastos médios de cada turista *backpacker* foi contabilizado em 1.200 Dólares norte-americanos.

No que respeita a esta investigação, a mediana do número de noites passadas no Porto pelos *backpackers* é de 3 noites, representando para a economia da cidade um valor médio aproximado de 248 Euros (82.57 Euros/dia) excluindo despesas com passagens aéreas, aeroportos, entre outros.

8.2.4. Mobilidade e orientação durante o dia de visita à cidade

No que respeita à mobilidade dos turistas *backpackers* durante um dia de visita à cidade, a grande maioria referiu ter-se deslocado a pé (94.0%). Note-se que num estudo de referência realizado por Richards & Wilson (2004), as caminhadas e os *tracking* foram realizados por 86.5% dos *backpackers* inquiridos. Passear a pé é efetivamente uma atividade muito popular entre este segmento turístico (quadro 52) que pode estar relacionada com o facto dos turistas *backpackers* terem, habitualmente, um orçamento diário reduzido. Mas como se observou anteriormente, os gastos médios diários dos *backpackers* que visitam o Porto são bastante interessantes pelo que a predominância das deslocações a pé poderá ficar a dever-se ao facto da maioria das atrações estar concentrada numa área relativamente pequena no centro da cidade, e por isso, facilmente visitáveis através de caminhadas como observado por Espelt & Benito (2018) num estudo em Girona, Espanha. O transporte público foi utilizado por 38.1% dos participantes nesta investigação, enquanto o automóvel foi apenas usado por 2.4%.

Os tradicionais mapas turísticos da cidade, fornecidos gratuitamente nos alojamentos, em empresas de animação e em postos de turismo são muito populares entre os *backpackers* que visitam o Porto. Dois em cada três turistas referiram ter utilizado mapas tradicionais para a orientação durante o dia de visita, enquanto as aplicações de *smartphone* e a orientação através de marcos de referência na cidade (edifícios, rotundas, rio, entre outras) foram utilizadas por mais de metade dos inquiridos: 53.6% e 52.4%, respetivamente.

Dos 252 turistas que responderam à segunda parte do questionário, apenas 56 (22.2%) afirmaram ter-se perdido durante o dia: 19 (33.9%) perderam-se uma vez, 32 (57.1%) duas vezes e 5 (8.9) perderam-se 3 ou mais vezes. O recebimento de informações incorretas (39.3%), a orientação incorreta através de marcos urbanos (39.3%) e a leitura incorreta de mapas (25.0%) foram os motivos mais indicados pelos turistas que se perderam (Quadro 52).

Quadro 52. Meios de transporte e navegação/orientação durante o dia de visita (N = 252).

Variáveis	Categorias	N	%
Meios de transporte utilizados ⁽¹⁾	Caminhar	237	94.0
	Transporte público	96	38.1
	Transporte comercial/turístico	14	5.6
	Automóvel próprio/alugado	6	2.4
Referenciais de orientação utilizados ⁽¹⁾	Mapas	168	66.7
	Marcos na paisagem urbana (edifícios, praças, rio...)	132	52.4
	<i>App Smartphone</i>	135	53.6
	Sinalização urbana	60	23.8
	GPS (automóvel/portátil)	54	21.4
	Pedidos de informação	48	19.0
Perderam-se durante a visita?	Não	196	77.8
	Sim	56	22.2
Quantas vezes? (N = 56)	1	19	33.9
	2	32	57.1
	3 ou mais	5	8.9
Porque se perderam? ⁽¹⁾ (N = 56)	Informação transmitida cara a cara de forma incorreta	22	39.3
	Orientação errada através dos marcos na paisagem urbana (edifícios, praças...)	22	39.3
	Leitura incorreta dos mapas tradicionais	14	25.0
	<i>App Smartphone</i> funciona incorretamente	4	7.1
	Sinalização urbana errada	2	3.6
	<i>Software</i> do GPS (automóvel/portátil) desatualizado	1	1.8

⁽¹⁾ Possibilidade de mais do que uma resposta.

Fonte: Construção própria.

No questionário foi pedido aos participantes que assinalassem por ordem de visita, as atrações visitadas. Analisando o quadro 53, pode-se concluir que os monumentos/edifícios históricos, o Centro Histórico classificado pela UNESCO, os miradouros, as igrejas/templos religiosos e as pontes são os mais populares (Quadro 53). Apesar das pontes não serem a tipologia de atração mais visitada em primeiro lugar, foi referida por mais de 70% dos inquiridos, seguida dos monumentos/edifícios históricos (63.5%) e miradouros (57.9%). Relativamente às pontes, a ponte D. Luís, pela sua localização e acessibilidade, é a mais popular.

Estes resultados vão de encontro a outros estudos realizados a nível internacional que indicam que a visita a sítios históricos e monumentos é bastante popular entre *backpackers* (Richards & Wilson, 2004a).

Quadro 53. Atrações visitadas durante o dia de visita (N = 252)

Atrações	Rank 1	Rank 2	Rank 3	Rank 4	Rank 5	Rank 6	Rank 7	Rank 8	Rank 9	Rank 10
Monumentos/Edifício histórico (Torre dos Clérigos; Estação de São Bento; Palácio da Bolsa; Casa do Infante; Café Magestic; Livraria Lello)	57	57	26	14	4	1		1		
Zona histórica classificada pela UNESCO	53	26	17	6	3	2	3			
Miradouros (Sé; Jardins do Palácio de Cristal; Serra do Pilar; Vitória)	43	24	37	28	9	1	1	2		1
Igrejas/templos religiosos (Igreja de S. Francisco, Sé Catedral, Sinagoga)	27	31	17	10	6	8				
Pontes (D. Luís I; D. Maria Pia, Arrábida)	19	50	53	29	20	3	2	1		
Praias/Costa	12	8	15	6	5	4	1	3	2	
Museus e Centros temáticos (Museu do FCP; Museu de Serralves; World of Discoveries; Centro Português de Fotografia; Museus da Misericórdia; Museu Nacional Soares dos Reis, Museu Romântico; Museu do carro Elétrico)	7	7	11	11	10	4	2			
Parque e jardins (Jardim de Serralves; Palácio de Cristal)	6	11	13	16	15	12	5	1	1	
Lojas, mercados e centros comerciais (Bom Sucesso, Bolhão, Ferreira Borges, Via Catarina, NorteShopping)	6	7	8	11	7	8	4	4	5	
Exposições e Galerias de arte (Rua Miguel Bombarda)	4		4	3	2		1	2		
Entretenimento - Teatros, salas de concertos (Casa da Música; Teatro Nacional S. João)	3		3		3	4	1	1	2	1
Atração vida selvagem (<i>Sea Life Center, Parque Biológico de Gaia</i>)	2		3	1	1	1				
Excursão a localidade fora do Porto (tour a Guimarães, Braga, vale do Douro)	1	2				3	1	4	1	1
Caves de Vinho e Quintas (ribeira de Vila Nova de Gaia; vale do Douro)		8	6	12	8	10	7	1		
Cemitérios (Agramonte; Prado do Repouso; Lapa)			1				2		1	
Casinos (Póvoa do Varzim; Espinho)				1						
Outro(s)	1	4	1	2	2	1				

Fonte: Construção própria.

A análise efetuada a alguns dos principais guias de viagem (em livro e *online*) que fazem referência ao Porto enquanto destino turístico, permitiu verificar a existência de um “núcleo duro” patrimonial que é enumerado repetidamente em todos eles: a Estação de São Bento, Igreja de São Francisco, Igreja e Torre dos Clérigos, Palácio da Bolsa, Ponte D. Luís e a Sé Catedral. As caves do vinho do Porto, a praça da Ribeira, a igreja de Santa Clara, o Museu Nacional Soares dos Reis e a ponte D. Maria Pia são atrações que também merecem destaque na maioria dos guias. Os resultados obtidos com o questionário estão em linha com análise de conteúdo efetuada a alguns dos principais guias de turismo sobre o Porto, pelo que os *backpackers* parecem dar preferência às atrações que mais vezes aparecem destacadas nesses guias.

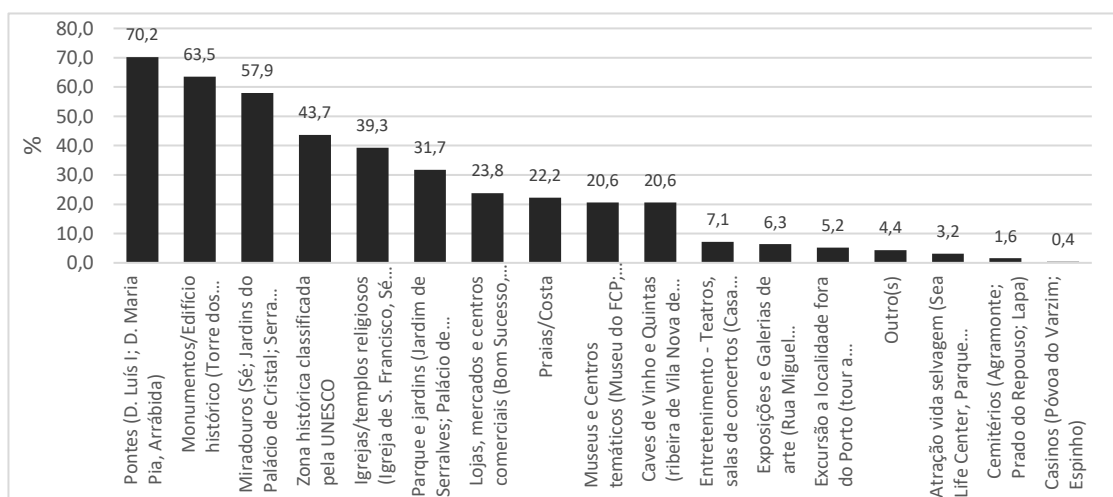
Quadro 54. Atividades realizadas durante o dia de visita (N = 252).

Atividades	Rank1	Rank2	Rank3	Rank4	Rank5	Rank6	Rank7	Rank8	Rank9	Rank10
Passear a pé	136	55	26	3	1					
Comer comida local num restaurante/café	47	51	61	17	4	1				
Visita a atrações (monumentos, museus, exposições...)	34	68	37	13	2					
Tour organizado na cidade	7	17	10	7	1			1		
Prática de desporto (surf, canoagem, canyoning)	3	1	1	1					1	
Compras	2	11	18	16	8	2		1		
Visita a exposições/galerias de arte	2	11	7	9	2	4				
Ir à praia	2	4	8	9	4	3	3		1	
Assistir a espetáculos (música, teatro...)			7	1	2		1		1	
Cruzeiro no rio Douro (cruzeiro das pontes, cruzeiro de 1 dia)		6	5	3	2		1			
Excursão realizada a Guimarães/Braga/Aveiro	2	2	3	1	1					
Excursão organizada ao vale do Douro	1	2	1	2	1					
Passeios na natureza a pé ou bicicleta (passadiços do Paiva...)	1	2	1					1		1
Aulas/cursos, Workshops (aulas de surf...)	1			1						2
Outra(s)	2	5	2	1	1					

Fonte: Construção própria.

Apesar do conhecimento cultural ter sido indicado como a principal motivação para viajar e visitar a cidade do Porto, os museus da cidade e as exposições e galerias de arte não foram visitadas por um número muito significativo de *backpackers* (20.6% e 6.3%, respetivamente).

Gráfico 10. Atrações mais visitadas pelos turistas *backpackers* num dia de visita (n=252).



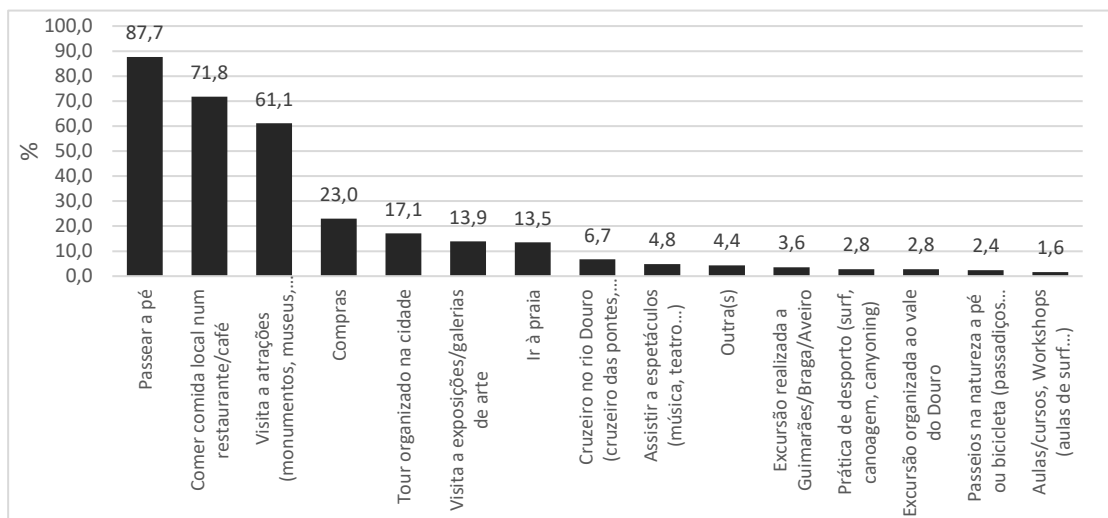
Fonte: Construção própria.

Note-se que à exceção do Museu Nacional Soares dos Reis, os museus da cidade não aparecem muito destacados nos guias analisados, nem mesmo o conhecido e importante Museu de Arte Contemporânea de Serralves (Gráfico 10).

As atividades mais populares entre os turistas *backpackers* (quadro 54) estão em consonância, em certa medida, com a tipologia de atrações visitadas, pelo que caminhar pela cidade, fazer uma refeição típica em restaurantes/café e as visitas a atrações turísticas (monumentos, museus, exposições...) foram as atividades mais realizadas durante o dia de visita (Gráfico 11), em linha com a investigação de Richards & Wilson (2004) e com as atividades realizadas por turistas em Lisboa (Caldeira, 2014).

Como se pode verificar pelo gráfico 11, os cruzeiros no rio Douro estão entre as atividades menos populares, tendo sido opção de apenas 6.7% dos *backpackers*.

Gráfico 11. Atividades realizadas pelos turistas *backpackers* num dia de visita (n=252).



Fonte: Construção própria.

8.3. Comportamento espaciotemporal dos turistas *backpackers* no destino urbano Porto

8.3.1. Estatística descritiva

Pretende-se neste ponto, proceder à caracterização dos turistas *backpackers* que aceitaram utilizar a aplicação de *smartphone*, utilizando para isso, as habituais medidas de tendência central, de dispersão e de assimetria e achatamento. Dos 293 turistas *backpackers* que responderam ao questionário, apenas 82 turistas (28%) aceitaram fazer e com sucesso, o rastreamento GPS dos seus movimentos durante um dia de visita à cidade do Porto. Destes, 39 são do sexo feminino (47,6%) e 43 (52,4%) do sexo masculino, caracterizando-se por serem maioritariamente solteiros (70,7%) ou numa relação sem matrimónio (22%), por terem uma escolaridade elevada (aproximadamente 83% têm uma escolaridade superior ou pós-graduada) e por trabalharem a tempo inteiro

(50%) ou a tempo parcial (9,8%), embora a percentagem de estudantes seja ainda relevante (29,3%).

Quadro 55. Características sociodemográficas (N = 82).

Variáveis	Categorias	N	%
Sexo	Masculino	43	52,4
	Feminino	39	47,6
Escolaridade	Ensino Secundário	14	17,1
	Ensino Superior	51	62,2
	Mestrado	15	18,3
	Doutoramento	2	2,4
Estado civil	Solteiro	58	70,7
	Numa relação (não casados)	18	22,0
	Casado	2	2,4
	Separado/divorciado	3	3,7
	Outra	1	1,2
Filhos	Não	78	95,1
	Sim	4	4,9
Situação profissional	Empregado a tempo inteiro	41	50,0
	Empregado a tempo parcial	8	9,8
	Estudante	24	29,3
	Desempregado	6	7,3
	Outro	3	3,7
Rendimento anual (Euros) (N = 68)	<3000	10	14,7
	3000-7000	9	13,2
	7001-14000	7	10,3
	14001-20000	9	13,2
	20001-30000	17	25,0
	>30001	16	23,5
Regiões de turismo	Europa	56	68,3
	América	19	23,2
	Ásia Oriental e Pacífico	7	8,5

Fonte: Construção própria.

Tratando-se de um grupo de turistas jovens, com uma média de idade de 26.6 anos, os rendimentos anuais são relativamente elevados: dos 68 turistas que responderam a esta questão, 48.5% afirmaram obter um rendimento superior a 20 mil euros por ano (Quadro 55). No que diz respeito à nacionalidade, a grande maioria vem de países europeus (68.3%) sendo a Alemanha o país mais representado, seguindo-se países da América (23.2%) e da Ásia Oriental e Pacífico (8.5%) onde se destaca a Austrália. Estes dados vão ao encontro das estatísticas apresentadas pelo Instituto de Planeamento e Desenvolvimento do Turismo (2017) relativas ao perfil dos visitantes do Porto e Norte de Portugal onde o mercado emissor mais importante é o Europeu.

Com o intuito de verificar uma eventual associação entre a distância ao país de residência e outras variáveis relativas ao comportamento espaciotemporal dos turistas *backpackers* de visita ao Porto, adotou-se a mesma metodologia de Caldeira (2014) na sua investigação de doutoramento e em Caldeira & Kastenzholz (2015) onde se

classificaram os visitantes em *short haul* (viagens de curta distância) e *long haul* (viagens de longa distância).

Quadro 56. Distância ao país de origem e tipologia de viagem.

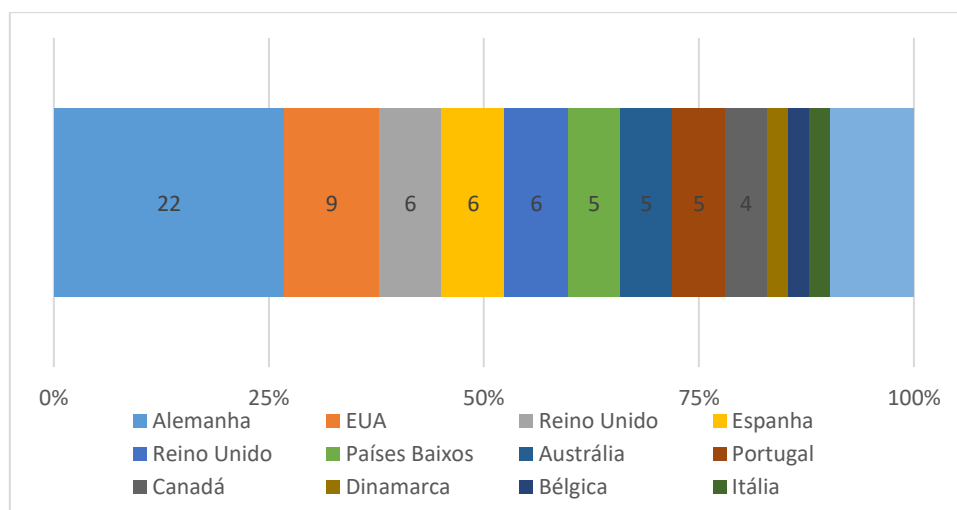
Variáveis	Categorias	N	%
Distância ao país (N = 82)	Short Haul	55	67.1%
	Long Haul	27	32.9%
Tipologia de Viagem (N = 82)	Porto como destino único	19	23.2%
	Viagem multideestino nacional	22	26.8%
	Viagem multideestino internacional	41	50.0%

Fonte: Construção própria.

Nesta investigação, 55 turistas (67%) enquadram-se numa viagem de curta distância e os restantes 33% numa viagem de longa distância, em linha, com a origem europeia dos mesmos.

Metade dos visitantes estavam em viagem multideestino internacional (50.0%), existindo 26.8% em viagem multideestino nacional e 23.2% cujo Porto era o destino único da viagem (Quadro 56).

Gráfico 12. Nacionalidade dos *backpackers* (n=82)



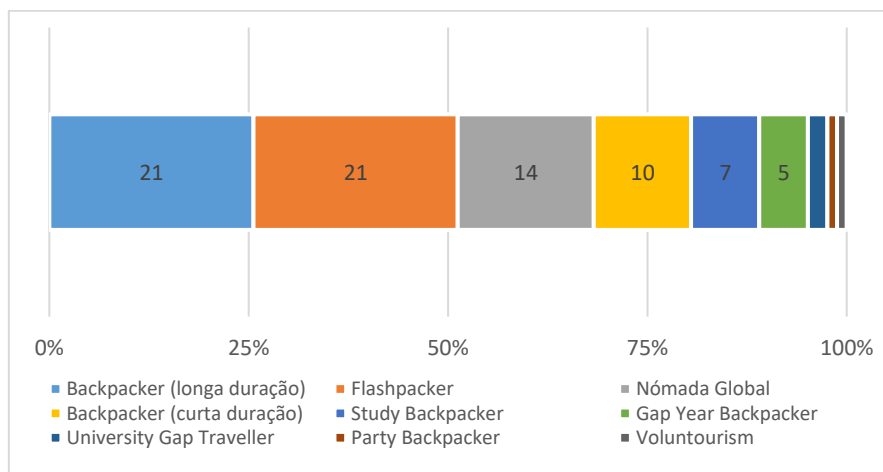
Fonte: Construção própria.

A maior parte dos *backpackers* que aceitaram fazer o rastreamento GPS com o seu *smartphone* são *backpackers* de longa duração (25.6%) e *Flashpackers* (25.6%). Seguem-se os nómadas globais com 17.1% e os *Backpackers* de curta duração com 12.2%. Os restantes subsegmentos têm pouca representatividade (Gráfico 13). Dada a grande diversidade de subsegmentos de *backpackers* e o reduzido número de elementos pertencentes aos mesmos (Gráfico 13) considerou-se pertinente agrupá-los nas seguintes tipologias:

- **Backpackers de curta duração** (n=39) onde se incluíram também os *Party backpackers* e os *Study backpackers*;
- **Backpackers de longa duração** (n=8) onde se incluíram também os *backpackers* que se encontram a fazer voluntariado, os *Gap Year Backpackers* e *University Gap Traveller*;
- **Backpackers tecnológicos** (n=21) onde se incluíram os *Flashpackers* e os *Holiday Backpackers*;
- **Backpackers mais viajados** (n=14) que correspondem aos Nómadas Globais.

Este reagrupamento teve como principais critérios de seleção: a duração da estada, a tecnologia utilizada durante a visita, os gastos médios diários e ainda o número de viagens internacionais com duração superior a uma semana realizadas nos últimos 5 anos.

Gráfico 13. Subsegmentos de *backpackers* participantes no rastreamento (n=82)



Fonte: Construção própria.

Relativamente ao conhecimento prévio do destino, a maioria (77.5%), nunca tinha visitado a cidade, 63.4% dos participantes no estudo (n=82) nunca tinha visitado Portugal e 51.2% encontrava-se a fazer uma viagem de curta duração, ou seja, de duração inferior a uma semana tendo ficado alojados maioritariamente em dormitórios mistos (74.4%) e dormitórios femininos (11%). No entanto, 14.6% optou por dormir em quartos privados.

Os gastos médios diários são bastante interessantes, sobretudo quando comparados com o consumo médio/noite/por pessoa de 89 Euros revelados pelo IPDT (Instituto de Planeamento e Desenvolvimento do Turismo, 2017). Em média, os participantes neste

estudo que realizaram o rastreamento e que responderam a esta questão (n=78) afirmaram gastar 90,14 Euros num dia típico de visita à cidade.

Quadro 57. Estatística descritiva relativa ao número de viagens de longa duração, ao número de noites e à despesa média diária num dia típico de visita à cidade (n=82).

Estatísticas	N.º de viagens de longa duração (últimos 5 anos)	N.º noites	Despesa diária (€)
<i>Missing value</i>	2	-	4
Média	4,49	6,63	90,14
Mediana	4	4	85
Moda	2	2	46
Desvio-padrão	3,19	17,95	42,02
<i>Kurtosis</i>	5,77	69,74	0,34
<i>Skewness</i>	1,63	8,12	0,74
Mínimo	0	1	10
Máximo	20	161	210

Fonte: Construção própria.

Como se pode observar pelo quadro 57 o número médio de viagens de longa duração realizadas nos últimos 5 anos é de 4,5 viagens e a mediana é de 4 viagens. A estada média é igualmente interessante (6,6 noites) embora este valor esteja a ser afetado por valores extremos bastante elevados.

Quadro 58. Fase da estada.

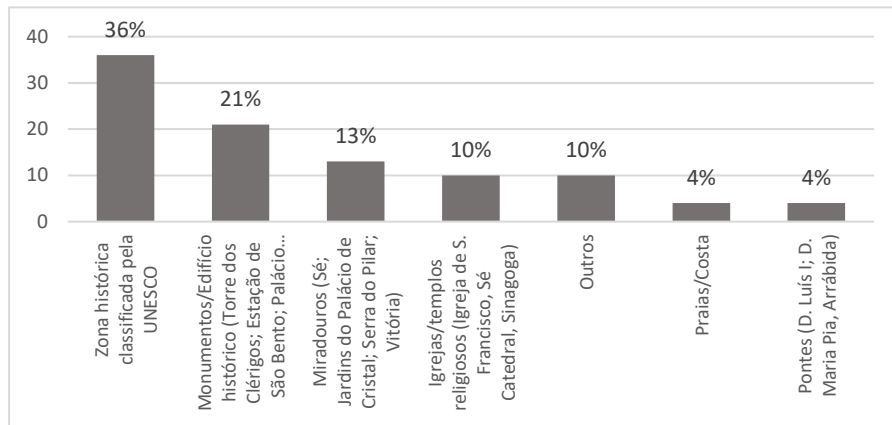
Variáveis	Categorias	N	%
Dia da estada (N = 82)	1º dia	16	19,5%
	Intermédio	52	63,4%
	Último dia	14	17,1%

Fonte: Construção própria.

Não obstante, a mediana é de 4 noites. No estudo do IPDT para 2017 a média de noites é de 6.37 (Instituto de Planeamento e Desenvolvimento do Turismo, 2017), muito próximo do observado nesta pequena amostra.

Em termos de fase da estada, a maior parte dos turistas participou neste estudo num dia intermédio da sua estada (63.4%) e organizou uma visita independente (78%) em linha com o perfil típico dos turistas *backpackers*, conhecidos por organizarem a sua própria visita (Kannisto, 2014; Loker-Murphy & Pearce, 1995; O'Reilly, 2006; Richards & Wilson, 2004a). No que respeita ao tamanho do grupo, a maioria visitou a cidade sozinho (67%). Os restantes fizeram-no com namorados(as), amigos(as) com quem começaram a viagem, com amigos que conheceram durante esta viagem ou familiares. A presença de crianças é insignificante uma vez que só um turista visitou a cidade com um filho de 14 anos de idade.

Gráfico 14. Tipologia de atrações mais visitadas (n=80)



Fonte: Construção própria.

O número médio de atrações visitadas foi de aproximadamente 4 e o número médio de atividades realizadas foi de 3 (Quadro 58). A tipologia de atrações mais visitada, em primeiro lugar, foi a zona histórica classificada pela UNESCO (36%) seguida dos Monumentos e Edifícios Históricos (21%) e Miradouros (13%), como se pode observar pelo gráfico 14.

Quadro 59. Estatística descritiva das atrações visitadas e das atividades realizadas (n=82)

Estatísticas	N.º de atrações visitadas	N.º de atividades realizadas
<i>Missing value</i>	1	1
Média	3.95	3.07
Mínimo	1	1
Máximo	9	6
1º quartil	3.00	3.00
Mediana	4.00	3.00
3º quartil	5.00	4.00
Moda	3	3
Desvio-padrão	1.69	0.95
<i>Kurtosis</i>	1.31	1.33
<i>Skewness</i>	1.02	0.49

Fonte: Construção própria.

8.3.2 Análise espacial e espaciotemporal

A análise espacial dos movimentos efetuados pelos turistas rastreados na cidade do Porto foi realizada em duas etapas distintas. A primeira teve em consideração a totalidade dos percursos (n=82) rastreados, a segunda, a análise do padrão de movimentos espaciotemporais efetuados por cada um dos subgrupos de turistas obtidos através do alinhamento sequencial múltiplo realizado com a ajuda do *software* ClustalG. Toda a cartografia temática apresentada foi construída com *software* QGIS 3.2.0, um Sistema de Informação Geográfica (S.I.G.) de acesso livre.

Através da análise da figura 30, podem-se observar todos os percursos rastreados nas freguesias mais centrais do concelho do Porto. De forma a facilitar a leitura mais pormenorizada dos mesmos optou-se por uma escala de análise maior, sacrificando por isso, os territórios visitados fora do concelho do Porto, como por exemplo, o vale do Douro, Aveiro e outras freguesias dos concelhos de Vila Nova de Gaia e de Matosinhos.

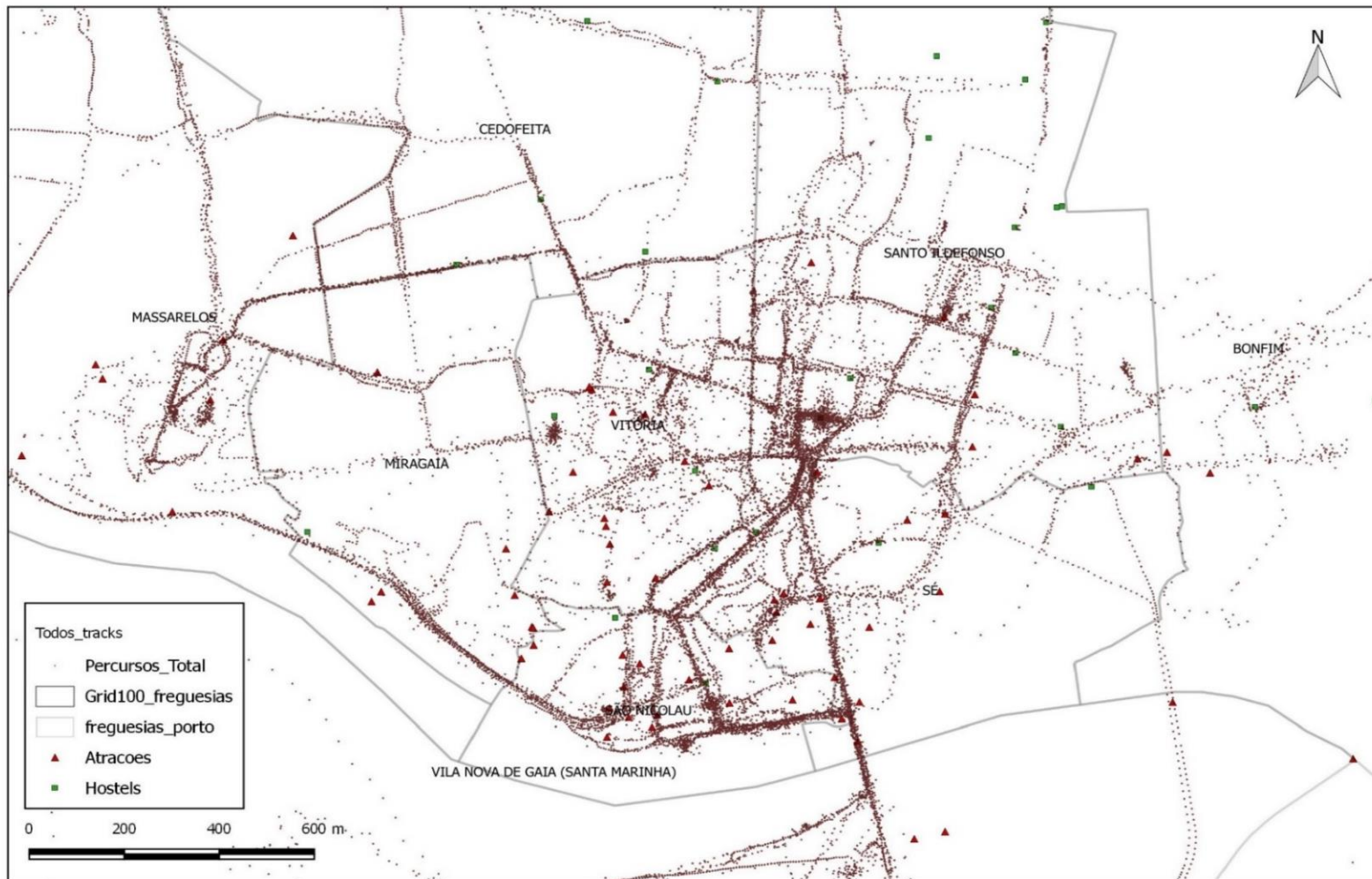
A análise do mapa dos movimentos efetuados pelos turistas *backpackers* revela uma distribuição dos mesmos pelas principais ruas da cidade, com uma maior concentração de pontos nas áreas mais centrais (figura 30), nomeadamente nas freguesias de Santo Ildefonso, Vitória, Sé, São Nicolau, Cedofeita, Miragaia e ainda a freguesia de Santa Marinha¹⁶ em Vila Nova de Gaia, onde se localizam as principais atrações do destino urbano do Porto. Como referido num capítulo anterior, decidiu-se incluir esta última freguesia na análise do comportamento espaciotemporal por nela se encontrarem as conhecidas caves de vinho do Porto, uma importante atração para quem visita a cidade.

Cruzando a rede de percursos com as principais atrações da cidade, verifica-se uma maior incidência na ponte D. Luís, na Sé do Porto, na casa do Infante, Palácio da Bolsa, Mercado Ferreira Borges, Estação de São Bento, Mercado do Bolhão e jardins do Palácio de Cristal. A cidade do Porto é conhecida pela sua riqueza patrimonial e como consequência a sua visita é baseada na visita a monumentos, como demonstrado por Espelt & Benito (2018). O principal foco de concentração de turistas é sem dúvida a praça da Liberdade/Aliados onde se localiza o *hostel Nice Way*, alojamento de um grande número de participantes desta investigação. **À medida que se afastam das freguesias onde se localiza o centro histórico, a densidade dos percursos diminui fortemente**, com as freguesias localizadas no limite norte do concelho a terem um reduzido número de visitas, ou até mesmo nenhuma, como se verifica em Aldoar. Tal como aconteceu em Lisboa, na investigação de Caldeira (2014), também no Porto parece haver uma coincidência na distribuição da rede de percursos “*que se torna mais aberta à medida que nos afastamos do centro da cidade para a sua periferia e desta para a área metropolitana*” (p.267).

Além do número de atrações turísticas não ser muito relevante em áreas mais afastadas do centro histórico do Porto, a rede de transportes públicos, sobretudo o Metro, não garante a mesma acessibilidade a toda a cidade. Como existe uma inter-relação entre o modo de transporte e a extensão espacial das visitas dos turistas (Le-Klähn, Roosen,

¹⁶ Não deixa de ser curioso o facto da área ribeirinha de Gaia ter feito parte integrante do Porto entre os séculos XV e a reforma administrativa de Mouzinho da Silveira, no século XIX, como nos relata Germano Silva no seu livro “Porto nos recantos do passado”, Porto Editora, p.47, 2012.

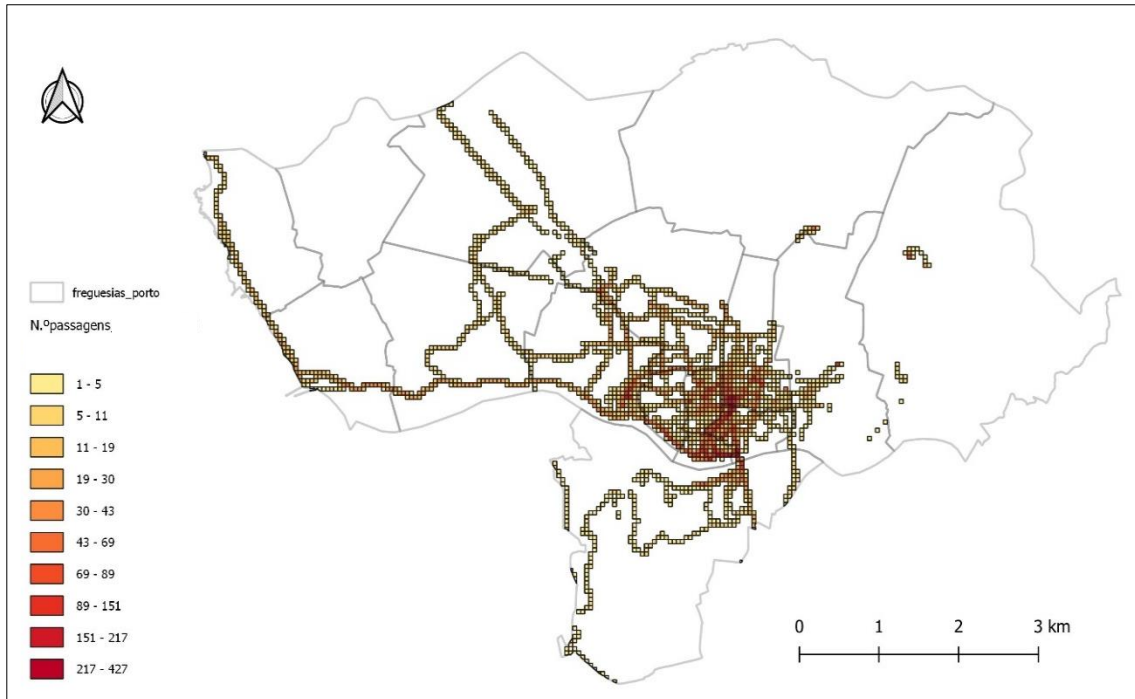
Gerike, & Hall, 2015b) não é difícil de explicar uma **maior intensidade de visitas em áreas servidas por estações de metro.**



Fonte: Construção própria.

Figura 30. Movimentos efetuados pelos turistas *backpackers* rastreados no centro urbano do Porto

Um outro fator que pode explicar uma maior intensidade de movimentos dos turistas ao longo do centro histórico classificado pela UNESCO e uma maior concentração em algumas áreas em particular, como a Praça da Liberdade, Aliados ou Ribeira do Porto é a **orografia/morfologia do território urbano**.



Fonte: Construção própria.

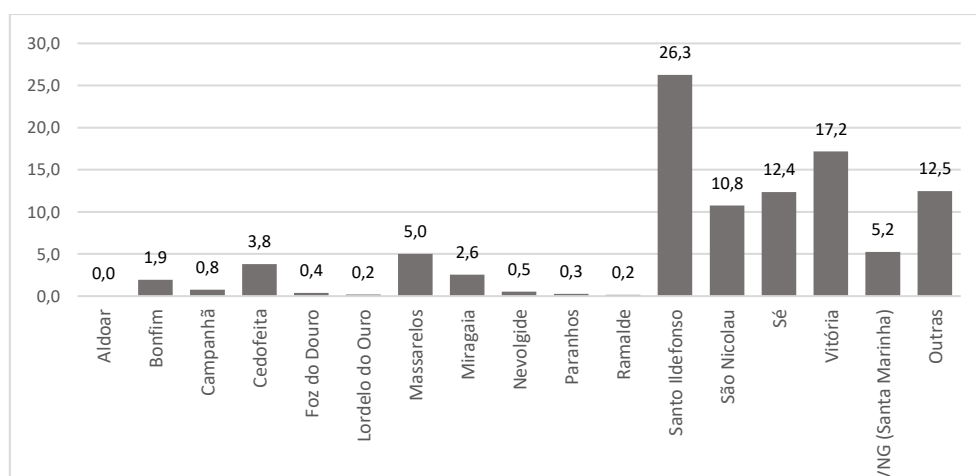
Figura 31. Intensidade dos movimentos dos turistas *backpackers* - número de passagens por área (50x50m) no concelho do Porto e freguesia de Santa Marinha (Vila Nova de Gaia)

A **planta urbana** da área classificada, com **características medievais**, é **marcada por ruas muito estreitas e irregulares que conduzem os turistas para** duas áreas mais amplas: a **praça da liberdade/Aliados e praça da Ribeira**. Quando os turistas não exploraram as ruas mais sinuosas da freguesia da Sé seguem pela rua Mouzinho da Silveira ou rua das Flores, que são as principais vias de acesso entre a baixa da cidade e a Ribeira. A grande concentração de atrações nesta área leva também a que os turistas percorram as mesmas ruas várias vezes ao longo do dia, contribuindo para um **maior congestionamento**. A concentração de movimentos/percursos nas ruas principais é uma tendência em cidades monumentais (Espelt & Benito, 2018). Estes investigadores sugerem ainda que os limites (*edges*) ou ruas periféricas dos centros históricos e os nós de conexão (*nodes*) estão relacionados de maneira lógica, na medida em que as rotas mais frequentes têm origem nos principais nós (Espelt & Benito, 2018, p.57). Por conseguinte, os nós e atrações localizados nesses percursos têm mais probabilidade de serem visitados do que aqueles localizados fora das rotas principais.

É por isso crucial, a fim de garantir e facilitar uma mobilidade sustentável, que se apliquem medidas de **planeamento e gestão territorial** que contribuam para a **dispersão dos turistas**. A oferta de um sistema de transportes públicos eficiente e que sirva todo o concelho do Porto com o mesmo nível de acessibilidade poderia contribuir para uma maior dispersão da oferta dos alojamentos e localização de novas atrações ou realocização de algumas já existentes.

Um outro aspeto a ter em conta na análise dos movimentos e percursos efetuados pelos turistas é o surgimento de **eventuais conflitos com residentes**, uma vez que, quer locais quer turistas, partilham os mesmos espaços. A morfologia do centro histórico do Porto, marcada pela existência de ruas estreitas e com fortes declives e pelo rio Douro, constituem fortes barreiras morfológicas dificultando a dispersão de turistas e favorecendo a existência de condições para o surgimento de áreas sobrelotadas. Isso pode resultar em mais barulho, mais produção de lixo e maior congestionamento de transportes públicos.

Gráfico 15. Distribuição do orçamento temporal das visitas por freguesia (% do tempo total).



Fonte: Construção própria.

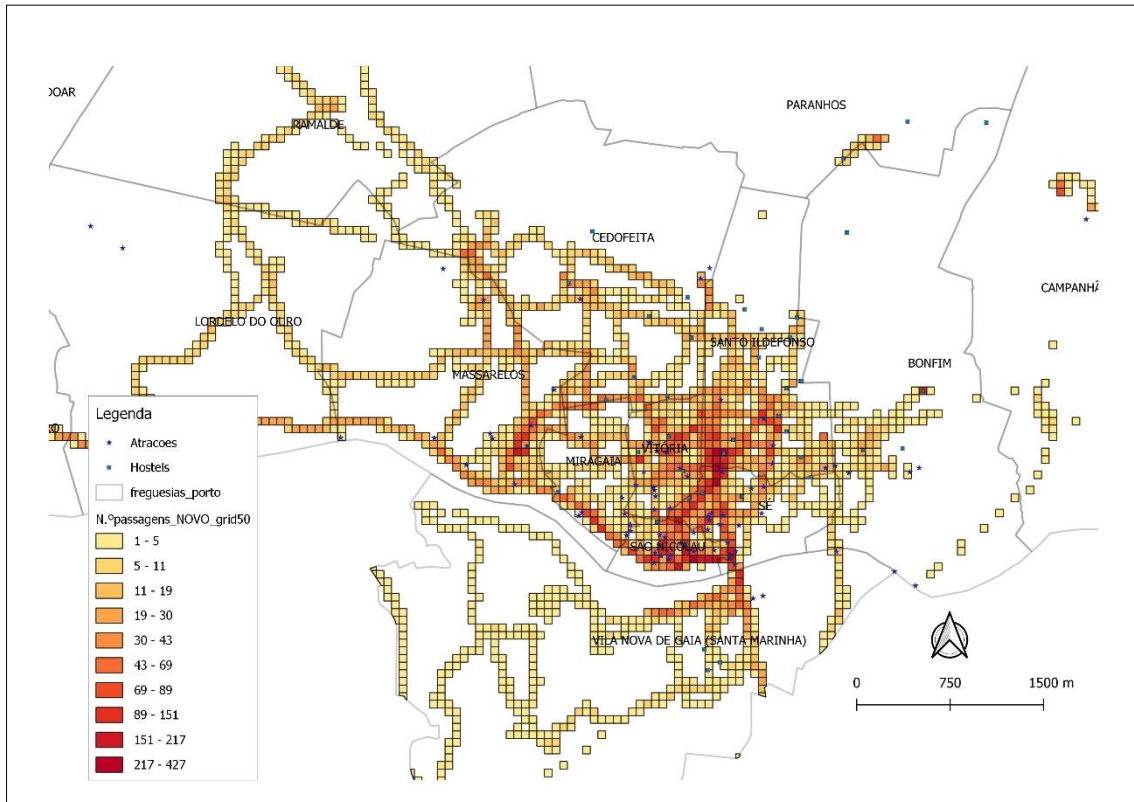
Quanto ao **orçamento temporal** despendido em cada freguesia pelos turistas rastreados verifica-se que coincide com a distribuição dos percursos efetuados (Figuras 30 e 31). Zuzanek (1980) citado por Fennell (1996, p.815) define orçamento temporal como “*um método de medir a duração e a sequência de atividades realizadas por um indivíduo durante um período de tempo específico, geralmente 24 horas*”. Nesta investigação, o orçamento temporal corresponde ao tempo que os turistas têm disponível para dedicar à sua visita. Como não é um recurso ilimitado tem de ser bem aproveitado, sendo por isso influenciado por muitas variáveis. Como se pode observar pelo gráfico 15, 26.3% do tempo total dedicado ao dia de visita por todos os *backpackers*

rastreados é gasto na freguesia de Santo Ildefonso, seguido das freguesias de Vitória (17.2%), outras freguesias não pertencentes ao concelho do Porto (12.5%), Sé (12.4%) e São Nicolau (10.8%).

Como a cidade do Porto, nomeadamente o seu centro histórico onde se localiza a maior concentração de atrações, tem uma área relativamente pequena, não é necessário percorrer grandes distâncias para a visitar. Por isso, **caminhar** é o meio de locomoção mais popular entre aqueles que visitam a cidade, razão pela qual, as autoridades locais responsáveis pela gestão da atividade turística deveriam estar atentas, já que os turistas entram em contato direto com a vida e aspetos culturais dos residentes e influenciam a economia, a cultura e o meio ambiente da cidade (Yun *et al.*, 2018). Como a maior parte do orçamento temporal dedicado à visita à cidade está concentrado numa área relativamente pequena (antigas freguesias de Santo Ildefonso, Sé, São Nicolau e Vitória), caracterizada pelas suas ruas estreitas e orografia irregular, o aumento do número de visitantes irá contribuir para a saturação destes territórios, contribuindo para o surgimento de problemas ao nível da qualidade das visitas e de eventuais conflitos entre moradores e turistas. É por isso importante dotar a cidade de **infraestruturas adequadas às necessidades daqueles que a visitam a pé** e promover uma distribuição adequada dos visitantes.

A análise espacial e temporal dos percursos efetuados foi realizada através: i) da construção um mapa com os **movimentos realizados** por todos os turistas rastreados (Figura 30); ii) da construção de um mapa da **intensidade dos movimentos** dos turistas *backpackers* tendo em conta a contabilização das passagens dos mesmos por área (50 x 50 metros) como sugerido por Shoval (2008) (Figuras 32 e 34); iii) da construção de um mapa com a distribuição do **tempo total de permanência** (Figura 35) dos *backpackers* por área (50 x 50 metros); iv) e ainda com um mapa com distribuição do **tempo médio de permanência** (Figura 36), por área (50 x 50 metros).

Observando os mapas das figuras 32 e 34, verifica-se uma maior incidência de passagens nas freguesias do centro histórico classificado pela UNESCO como património da Humanidade, ao longo da Praça da Liberdade, Aliados, Rua Mouzinho da Silveira e Rua das Flores. Estas ruas funcionam como um importante corredor de circulação de acesso à Ribeira do Porto, não esquecendo o corredor de ligação entre a praça da Ribeira, ponte D. Luís e ribeira de Gaia. A Sé Episcopal e a ponte D. Luís, juntamente com a ribeira de Gaia revelam também um grande número de passagens.



Fonte: Construção própria.

Figura 32. Intensidade dos movimentos dos turistas *backpackers* - número de passagens por área (50x50m) na cidade do Porto.



Fonte: <https://www.flickr.com/photos/walkingsf/4647109057/in/photostream/> consultado no dia 15 de julho de 2019.

Figura 33. Localização das áreas mais fotografadas na cidade do Porto.

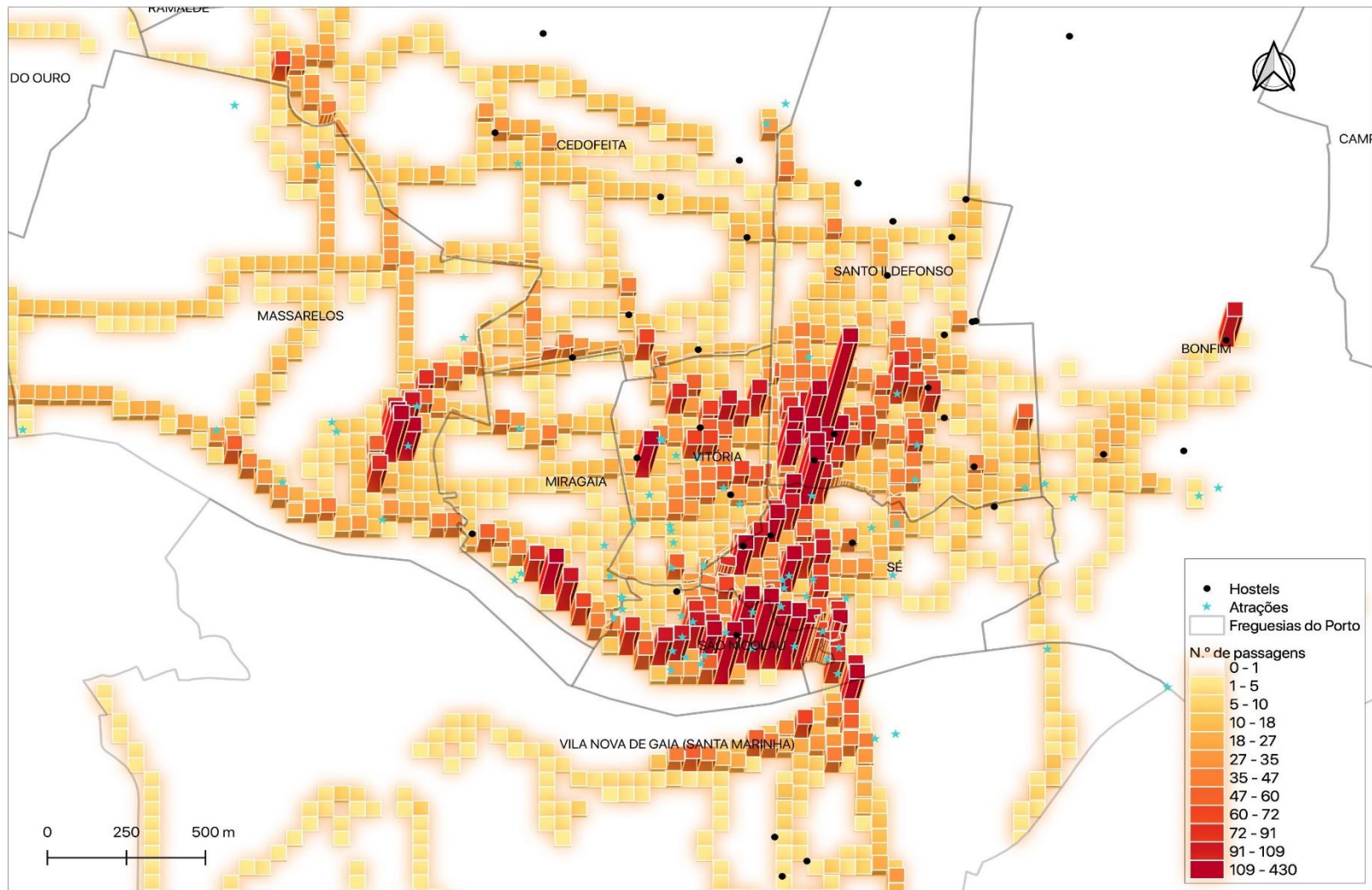
Outros focos secundários correspondem ao jardim do Palácio de Cristal, rua de Cedofeita e rua de Miguel Bombarda (galerias de arte) e ainda a conhecida rotunda da Boavista onde se localiza a emblemática Casa da Música.

Comparando os mapas dos movimentos realizados pelos turistas *backpackers* com o mapa da localização das áreas mais fotografadas da cidade do Porto¹⁷, construído com os dados georreferenciados de fotos disponíveis nos sítios de internet *Flickr* e *Picasa* (Figura 33), verifica-se uma grande semelhança entre as áreas mais visitadas por *backpackers* e os territórios mais fotografados: centro histórico classificado pela UNESCO (ribeira do Porto), área ribeirinha de Gaia, rua marginal do Douro entre a Ribeira e a Foz, jardins do Palácio de Cristal e rotunda da Boavista. Fora da rota dos *backpackers* estão os jardins e museu de Serralves que aparecem no mapa da figura 33 como uma das áreas mais fotografadas. Num estudo efetuado na cidade de Budapeste, Kádár & Gede (2013) concluíram que existem correlações muito interessantes entre as atrações turísticas e o número de fotos que são tiradas. A comparação efetuada anteriormente entre os mapas das figuras 32 e 33 parece estar em linha com essa evidência. Salienta-se, no entanto, que o mapa da figura 33 tem em conta todas as fotos enviadas e publicadas nos sítios de internet Flickr e Picasa, não fazendo distinção entre fotos de turistas e fotos de residentes.

Somando o tempo despendido por cada turista por área (50mx50m), verifica-se que os lugares onde **os backpackers passaram mais tempo** (Figura 35) correspondem, de uma maneira geral, aos **lugares com maiores intensidades de passagens**: Aliados, praça da Liberdade, Rua Mouzinho da Silveira, Rua das Flores e Ribeira do Porto. Pontualmente, observam-se tempos de permanência elevados em alguns lugares próximos de algumas atrações e alojamentos. Entre as atrações, destacam-se a Sé Catedral, o jardim de São Lázaro, a Estação de São Bento, Ponte D. Luís, Igreja da Misericórdia do Porto, Torre dos Clérigos, Jardins do Palácio de Cristal, ribeira do Porto e de Gaia, mercado do Bom Sucesso e Casa da Música.

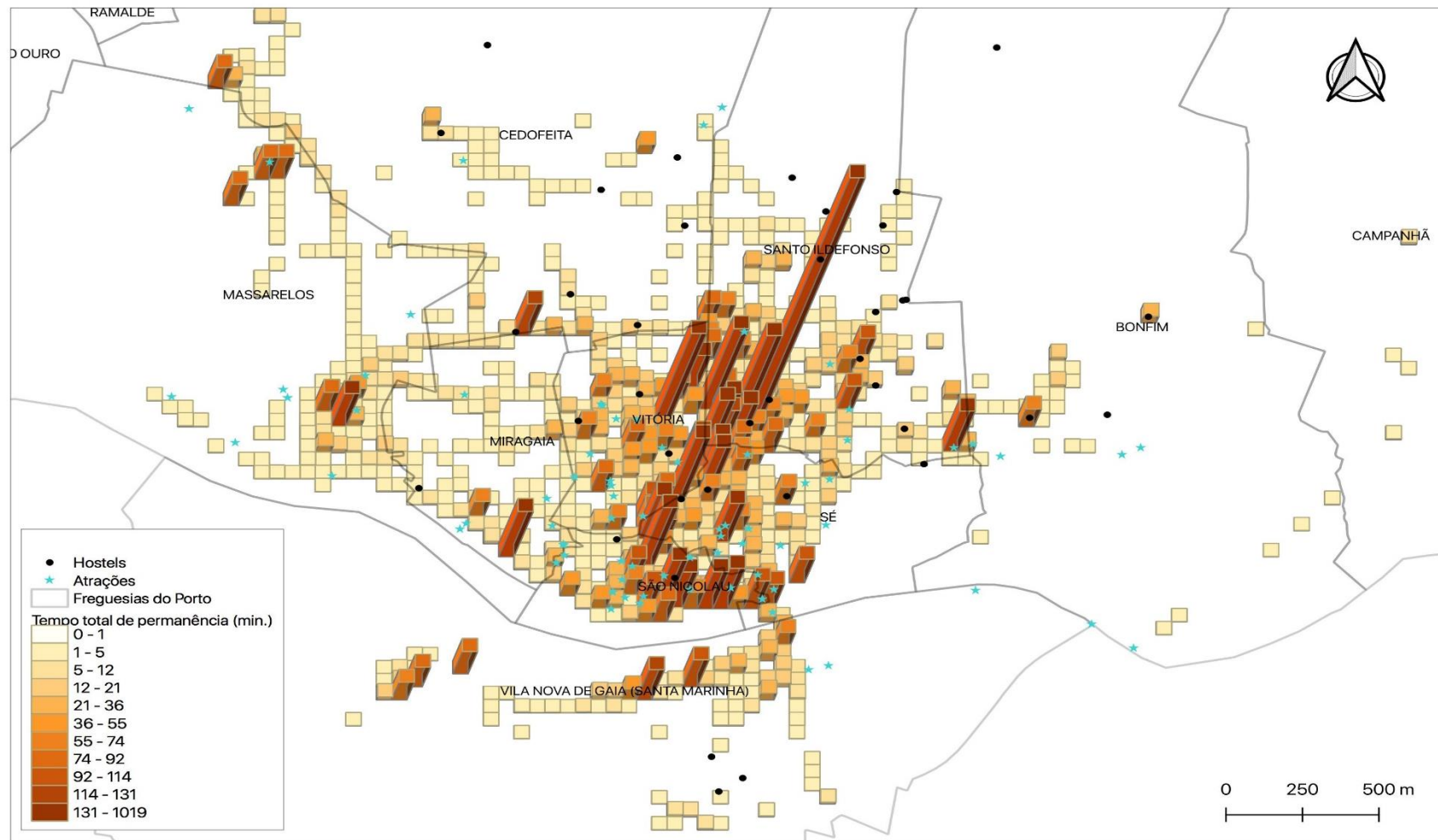
Ao contabilizar a média do tempo despendido pelos *backpackers* por área (50mx50m), obtém-se um mapa bastante diferente dos anteriores uma vez que o número de passagens deixa de ter uma influência tão grande (Figura 36). Verifica-se que **as áreas com tempos médios de permanência mais elevados não coincidem exatamente com as áreas com maiores intensidades de passagens**.

¹⁷ Disponível *on-line* em: <https://www.flickr.com/photos/walkingsf/4647109057/in/photostream/>



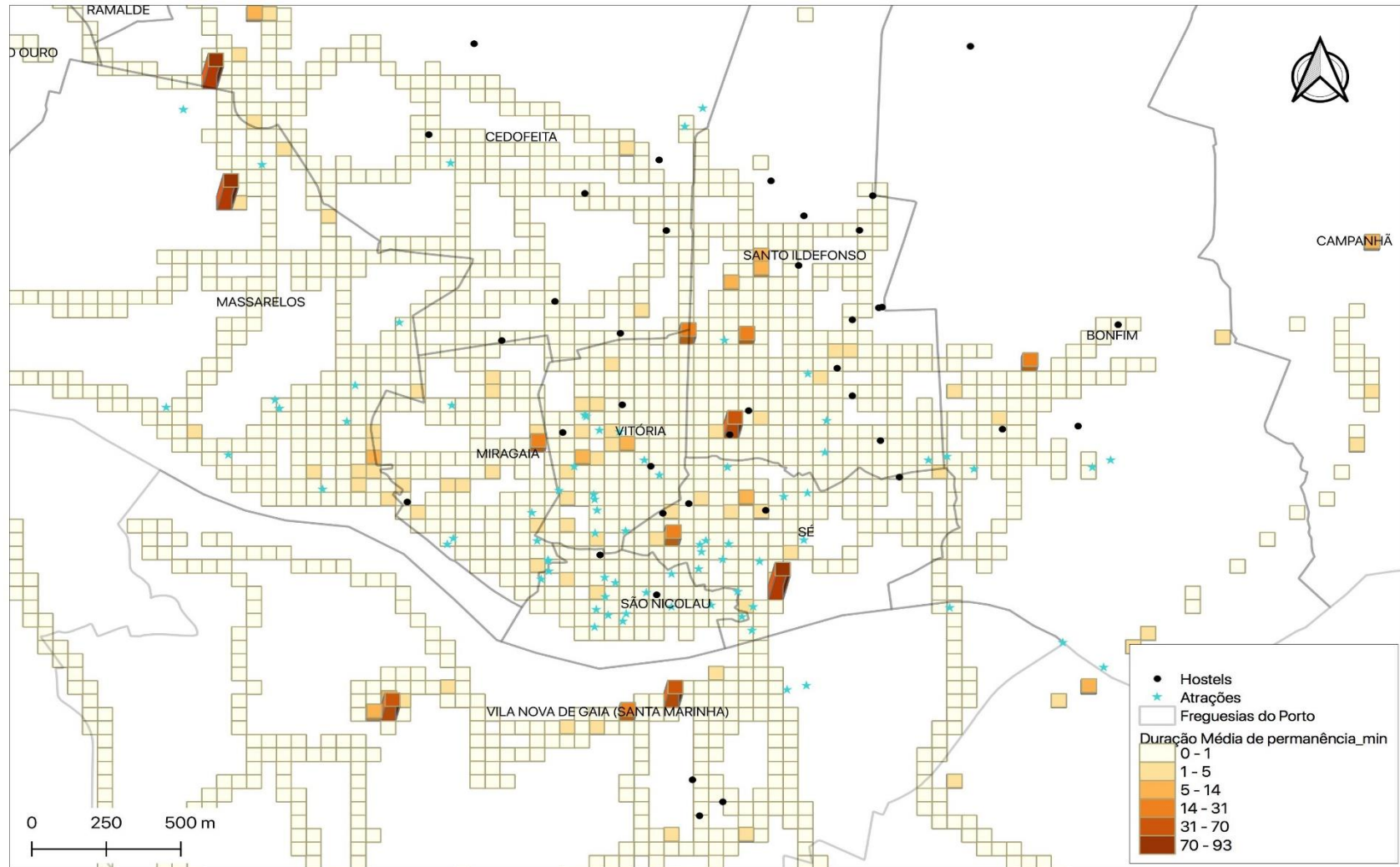
Fonte: Construção própria.

Figura 34. Intensidade dos movimentos dos turistas *backpackers* - número de passageiros por área (50x50m) nas freguesias centrais do Porto



Fonte: Construção própria.

Figura 35. Distribuição do tempo total de permanência dos turistas *backpackers* nas freguesias centrais do Porto (50mx50m)



Fonte: Construção própria.

Figura 36. Distribuição do tempo médio de permanência dos turistas *backpackers* nas freguesias centrais do Porto (50mx50m).

Pontualmente, observam-se pequenos territórios com tempos médios de permanência superiores a 31 minutos, **dispersos** pela cidade e **não coincidentes com a localização de atrações**. Estas áreas correspondem sobretudo a lugares onde se localizam cafés, restaurantes ou *hostels* onde as pausas para refeições, bebidas, descansar, entre outros, justificam médias de paragens mais elevadas. Além disso, lugares próximos de alguns miradouros, da Casa da Música e da ribeira de Gaia apresentam também médias mais elevadas.

De acordo com o mapa que representa a distribuição dos tempos médios de permanência, a generalidade dos *backpackers* de visita ao Porto efetuou paragens inferiores a 5 minutos, em consonância com os resultados obtidos por Yun *et al.* (2018) onde 98% das paragens efetuadas pelos participantes tiveram uma duração inferior a três minutos. Os *backpackers* utilizam as principais ruas da cidade para circularem entre atrações revelando uma baixa utilização dos seus orçamentos temporais na visita a atrações, com exceção da Casa da Música. As ruas da cidade foram assim utilizadas para circulação sem paragens ou experiências significativas (Yun *et al.*, 2018).

8.3.3. Padrões de comportamento espaciotemporais: alinhamento sequencial múltiplo

Durante o período de recolha de dados que se estendeu durante seis meses, apenas 82 turistas *backpackers* partilharam, por correio eletrónico, os ficheiros com extensão GPX correspondentes aos percursos efetuados durante um dos dias em que estiveram de visita à cidade do Porto. Duzentos e noventa e três turistas responderam ao inquérito e apenas 27.9% utilizou com sucesso uma aplicação GPS no seu *smartphone*, mas apesar do número de rastreamentos não ser muito elevado, a utilização desta técnica de alinhamento sequencial permite encontrar, com sucesso, grupos de turistas com comportamentos espaciotemporais semelhantes.

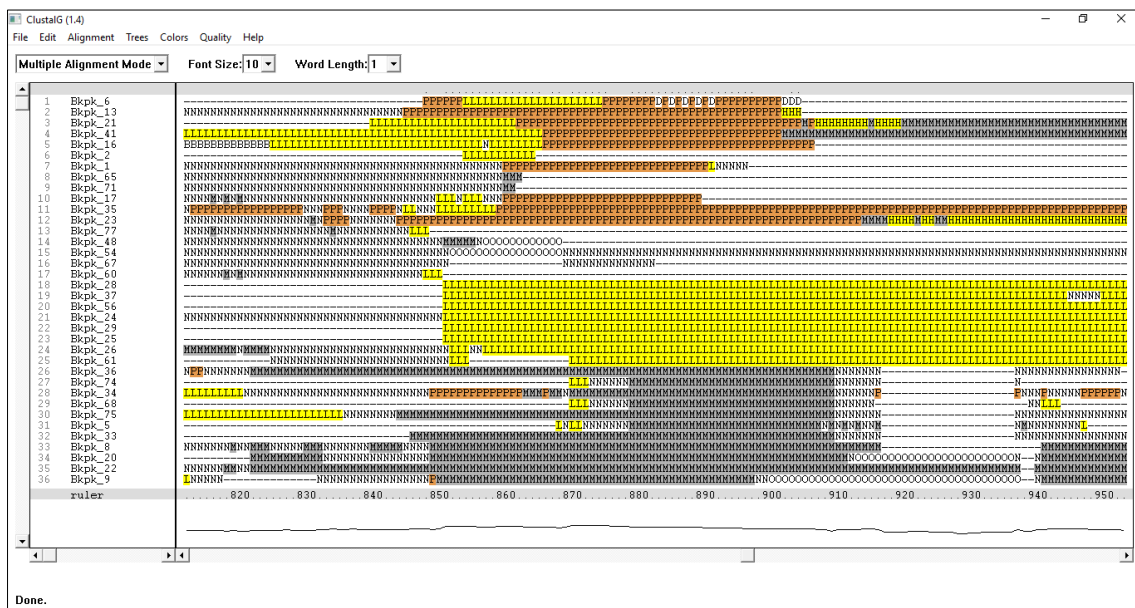
Após a divisão do concelho do Porto em polígonos, correspondentes às freguesias existentes antes da reforma administrativa de 2013, procedeu-se à sua codificação como explicado no capítulo 7, tendo sido atribuído uma letra diferente a cada freguesia. Com recurso a uma folha de cálculo Excel discriminou-se o percurso e o tempo de permanência de cada turista, em cada freguesia, multiplicando-se o número de letras de acordo com o tempo de permanência no respetivo polígono. Como os rastreamentos efetuados por GPS têm uma grande precisão espaciotemporal e a área de estudo não é muito extensa, verificando-se mesmo uma grande concentração das visitas e duração

das mesmas numa área relativamente pequena, correspondente ao centro histórico classificado como Património da Humanidade, optou-se por fazer corresponder a cada letra a duração de 1 minuto. Por exemplo:

>Bkpk000

LLLLLLMMMMDDDDLL

Este alinhamento representa um percurso efetuado pelo turista Bkpk000, que deve ser lido e interpretado da seguinte forma: 6 minutos na freguesia L, 4 minutos na freguesia M, 4 minutos na freguesia D e dois minutos na freguesia L.



Fonte: ClustalG.

Figura 37. Ambiente de trabalho do *software* ClustalG após o alinhamento de todos os percursos.

Depois de codificados todos os percursos, foi criado um único ficheiro de formato FASTA com a ajuda do processador de texto Microsoft Word (como explicado no capítulo 6). De seguida este ficheiro foi carregado no programa ClustalG onde se realizou o alinhamento completo no “Modo Alinhamento Múltiplo” (figura 37).

Completado o alinhamento múltiplo, são criados dois ficheiros de extensão ALN, para leitura no *software* ClustalG, e extensão DND, para leitura no *software* TreeView. Este *software* permite apresentar os resultados com diferentes tipos de diagramas: i) Diagrama sem raiz (Figura 39); ii) Cladograma inclinado; iii) Cladograma retangular e iv) Filograma. Todos os diagramas resultam de uma análise efetuada pelo *software* ClustalG que obedecendo a um método quantitativo agrupa e ordena hierarquicamente um conjunto de dados. Alguns diagramas são de difícil leitura, como por exemplo, o

diagrama sem raíz (Figura 39), razão pela qual se optou pelo dendrograma do tipo “cladograma inclinado” (Figura 40).

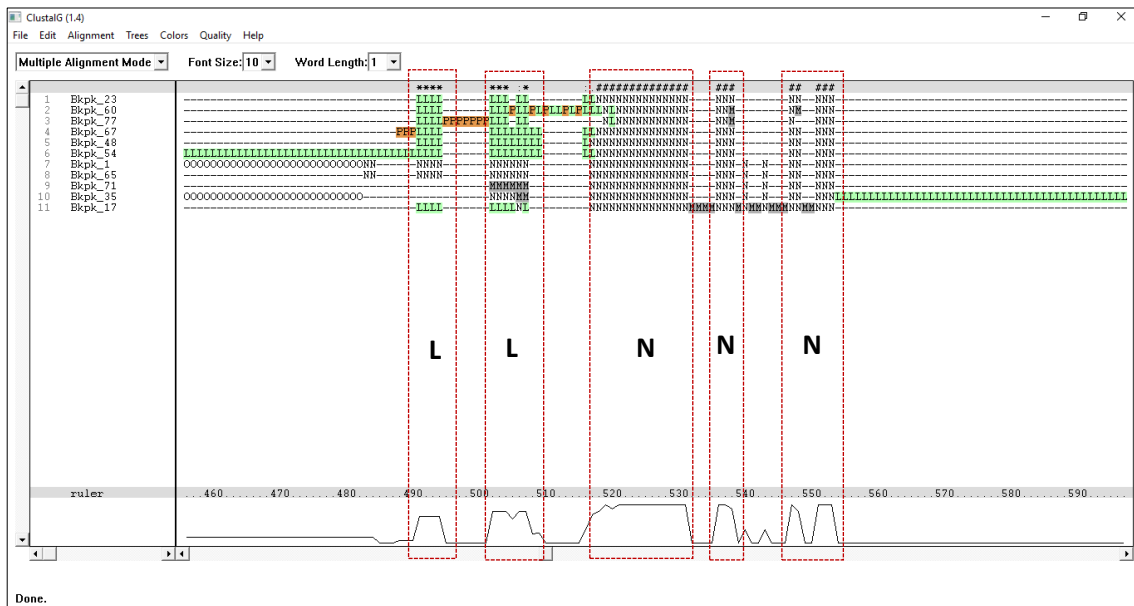
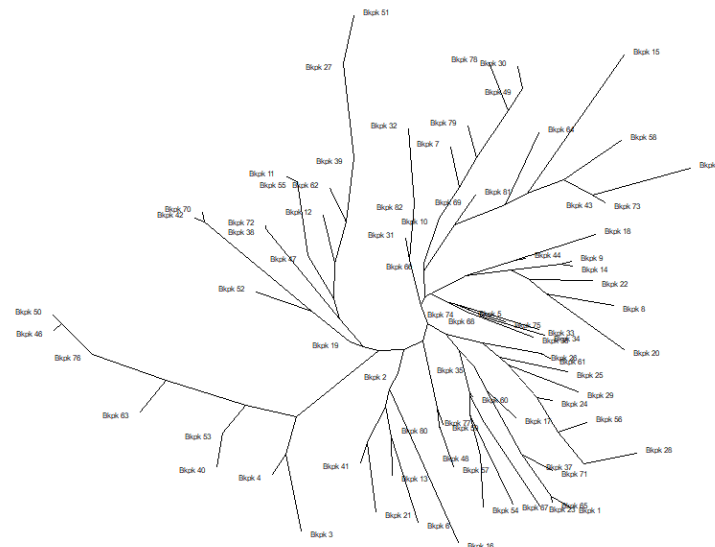


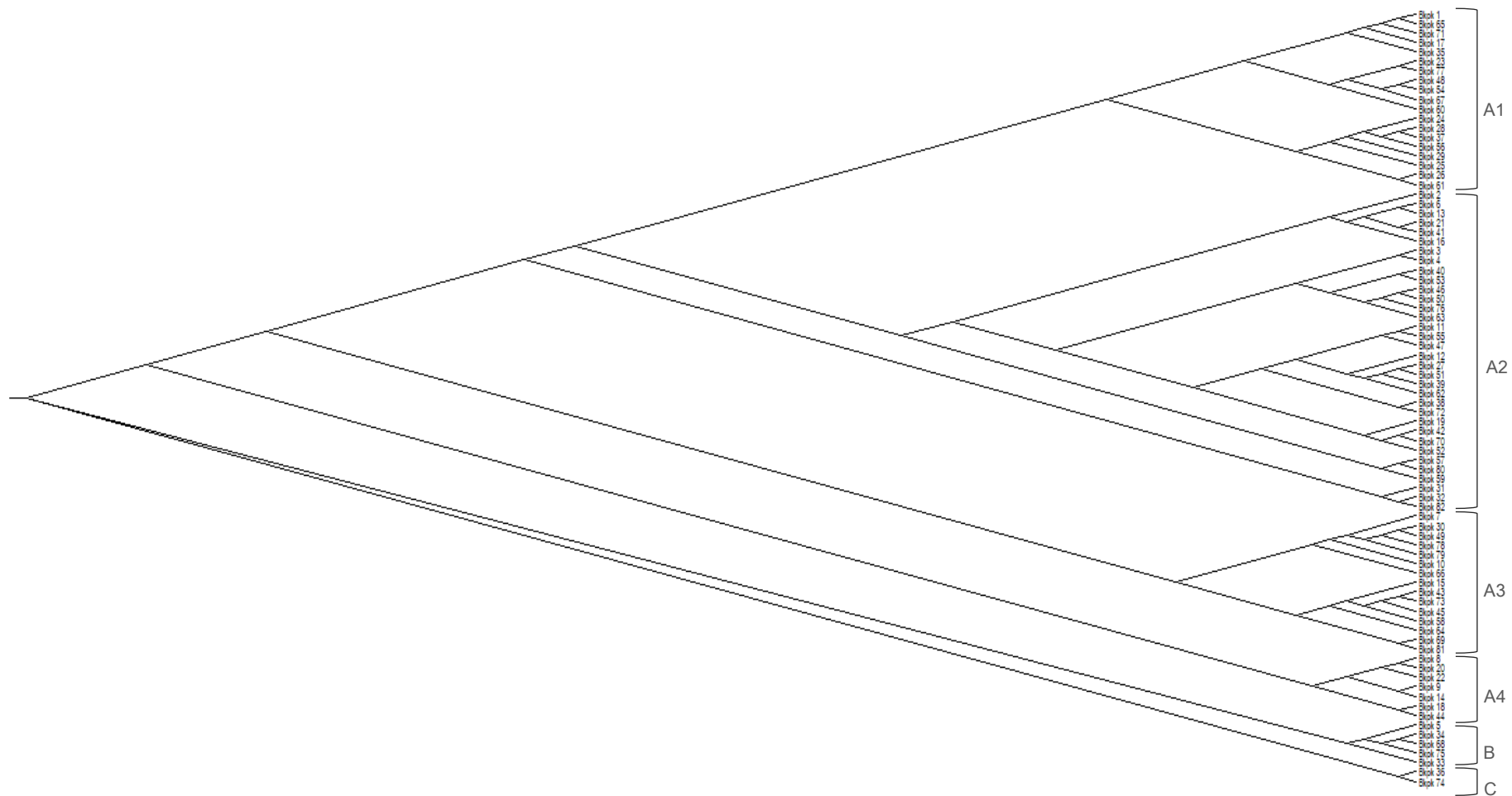
Figura 38. Ambiente de trabalho do software ClustalG após o realinhamento do subgrupo A.1.1.

O dendrograma (Figura 40) ou árvore taxonómica criada a partir do comportamento espaciotemporal dos turistas que participaram neste estudo permitiu distinguir e individualizar três grandes grupos de *backpackers* (Grupo A, Grupo B e Grupo C) tendo em conta as áreas visitadas (freguesias do Porto) e a ordem em que visitaram as mesmas, seguindo metodologia idêntica à de Shoval & Isaacson (2007) e Shoval *et al.*, (2015).



Fonte: Construção própria.

Figura 39. Diagrama “sem raíz” representando diferentes grupos de turistas *backpackers* de visita à cidade do Porto



Fonte: Construção própria.

Figura 40. Árvore taxonómica, do tipo cladograma inclinado, representando diferentes grupos de turistas *backpackers* de visita à cidade do Porto.

A maior parte dos turistas (n=75) foram alinhados e agrupados em “ramos” que têm uma origem/tronco comum (**Grupo A**). Enquanto o **Grupo B** é constituído por 5 elementos, o **Grupo C**, o mais pequeno, tem apenas 2 turistas.

Como o segmento de turistas *backpackers* tem sido descrito como sendo bastante heterogéneo (Dayour *et al.*, 2016; Reichel *et al.*, 2009; Uriely *et al.*, 2002) considerou-se também pertinente proceder à subdivisão do **Grupo A** de acordo com os resultados da árvore taxonómica produzida no último alinhamento (Figura 40) de forma a permitir a realização de uma análise mais pormenorizada:

- **Subgrupo A1**, constituído por 19 elementos;
- **Subgrupo A2**, constituído por 34 elementos;
- **Subgrupo A3**, constituído por 15 elementos;
- **Subgrupo A4**, constituído por 7 elementos.

Todos os subgrupos do Grupo A foram novamente alinhados, separadamente, com o intuito de encontrar a melhor ordenação hierárquica e, conseqüentemente, identificar os locais de maior pontuação que foram utilizados para caracterizar cada subgrupo como um todo. É importante salientar que os percursos efetuados pelos turistas são, na sua maioria, bastante diferentes uns dos outros, pelo que o *software* de alinhamento sequencial permite encontrar e selecionar os locais com mais semelhanças entre eles. Na figura 38 pode-se observar o ambiente de trabalho do *software* ClustagG correspondente a uma parte do alinhamento do subgrupo A.1.1 com os locais melhor conservados a que Shoval & Isaacson (2007) chamam de “espinha dorsal” do alinhamento. A régua visível por baixo do alinhamento evidencia esses mesmos locais, facilitando a interpretação do alinhamento sequencial.

Encontrados os locais melhor conservados, foi contabilizado o tempo médio de permanência nos mesmos, bem como a sequência das áreas visitadas. Ao contrário do que aconteceu em estudos semelhantes (Shoval & Isaacson, 2007a; Shoval *et al.*, 2015), os turistas que participaram nesta investigação não estavam todos alojados no mesmo alojamento, pelo que o ponto de partida e de chegada das visitas realizadas não é sempre coincidente, aumentando por isso a diversidade de percursos.

Apesar do grupo de turistas que participaram nesta investigação não ser muito numeroso, foi possível dividir, a partir da árvore taxonómica e após um realinhamento:

- o subgrupo A1 no subgrupo A.1.1 e subgrupo A.1.2 (Figura 41);
- o subgrupo A2 nos subgrupos A.2.1, A.2.2, A.2.3 e A.2.4 (Figura 44 e 47);

- e o subgrupo A3 nos subgrupos A.3.1 e A.3.2 (Figura 50).

Como referido na introdução deste capítulo, a recolha e a utilização de dados georreferenciados dos percursos efetuados pelos turistas *backpackers* durante um dia de visita à cidade e a implementação de um método de alinhamento sequencial em que os caracteres usados refletem diferentes áreas visitadas e o tempo despendido em cada uma delas, deram um importante contributo à análise do seu comportamento espaciotemporal. Para cada subgrupo ou *cluster*, foram construídos gráficos de barras demonstrativos dos padrões de movimento (no espaço e no tempo) encontrados no alinhamento sequencial: o comprimento da barra reflete a duração da visita e cada cor identifica a freguesia visitada.

Apesar dos subgrupos não serem constituídos por muitos elementos, procedeu-se à sua descrição, salientando sobretudo as características dominantes no que diz respeito ao seu perfil sociodemográfico, às características da viagem e ainda de algumas das características relativas ao seu dia de visita à cidade, tentando descobrir a existência de alguma relação entre os padrões espaciotemporais e o perfil dos turistas (Shoval *et al.*, 2015). Este método de análise demonstrou ser muito adequado tendo em conta a dimensão da amostra e as características da informação espacial e temporal inerente aos movimentos georreferenciados dos turistas. Cada um dos grupos e subgrupos obtidos no alinhamento sequencial serão devidamente analisados nos subcapítulos seguintes.

8.3.3.1. Padrões de comportamento espaciotemporal do subgrupo A.1

O **subgrupo A.1.1** é constituído por 11 elementos enquanto o **subgrupo A.1.2** é constituído por 8 elementos.

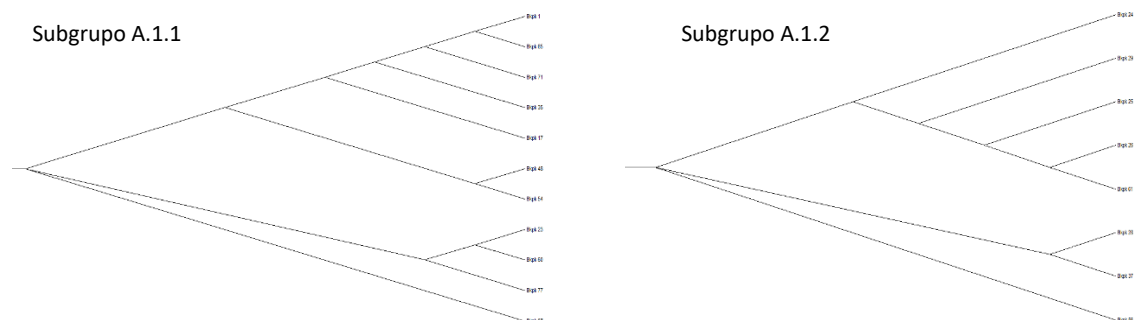
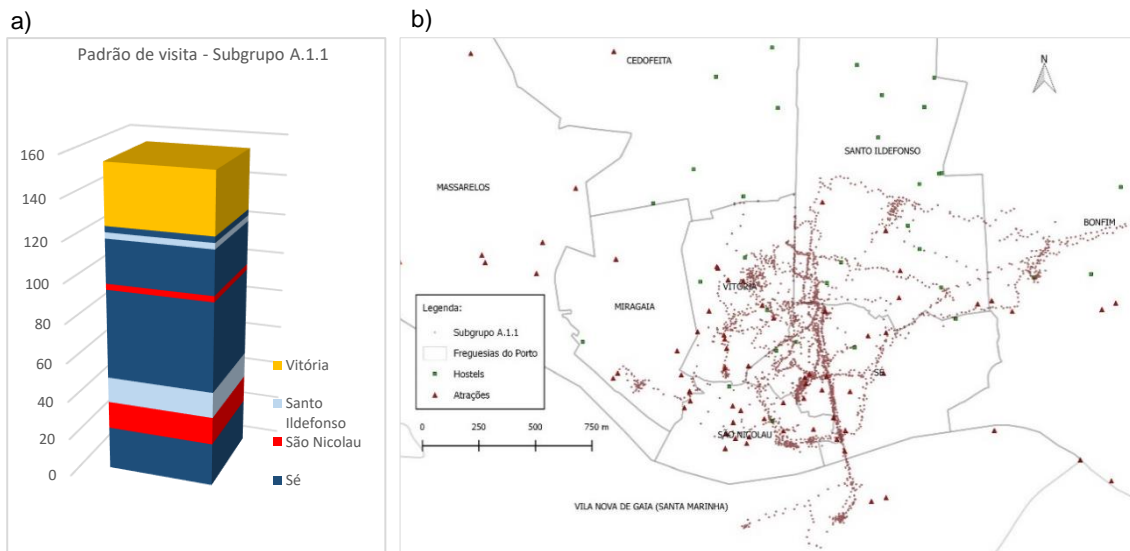


Figura 41. Árvores taxonómicas do subgrupo A.1.1 e subgrupo A.1.2

O **subgrupo A1.1** é constituído por onze turistas com uma média de idades de 25,8 anos, entre os quais, *backpackers* de curta duração (45%), *backpackers* de longa duração (27%) e Nómadas Globais (18%). Gastam em média, 83.3€ por dia e são maioritariamente europeus (54,5%) e da Ásia Oriental e Pacífico (27.3%); 73% estão a viajar sozinho, 82% são solteiros, têm habilitações superiores e ficaram hospedados em dormitórios mistos.



Fonte: Construção própria.

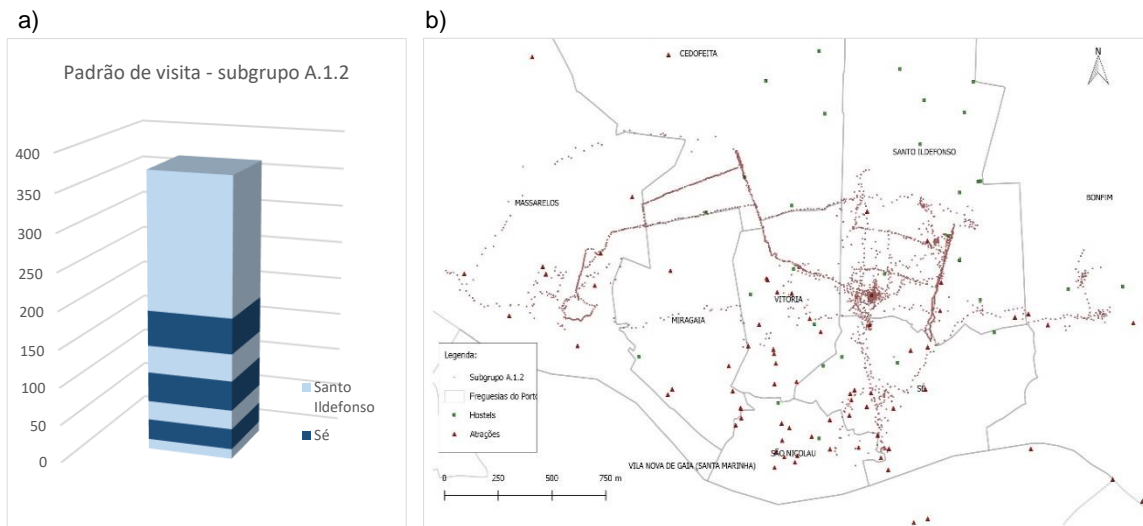
Figura 42. a) Sequência de movimentos efetuados pelo subgrupo A.1.1 e duração média de permanência em cada freguesia. b) Padrão de movimento espacial do subgrupo A.1.1.

Para 46% dos elementos deste subgrupo, os rendimentos anuais são superiores a 20000€. Em média, realizaram 5 viagens internacionais de longa duração nos últimos cinco anos e 82% passaram entre 2 e 5 noites na cidade. A presença de um *backpacker* que permanece na cidade um longo período de tempo faz aumentar a média do número de noites para 17.3 dias. Se não se tiver em consideração essa longa estada, a média de noites desce para 2.9. A grande maioria (73%) nunca tinha visitado o Porto nem fez escala em nenhum outro país antes de chegar à cidade e 54.5% pretendem visitar outros países. Todos os elementos têm *smartphone* e 27% trazem o seu computador pessoal.

Analisando o gráfico do **Subgrupo A1.1** (Figura 42) verifica-se que os seus elementos concentram a sua visita em 4 freguesias, despendendo a maior parte do seu orçamento temporal (59.4%) na freguesia da Sé. A visita à cidade começa nesta mesma freguesia, havendo uma clara tendência para visitar atrações localizadas no centro histórico classificado pela UNESCO, como a Estação de S. Bento, a Sé Catedral, o Paço Episcopal, o Miradouro da Sé e a ponte D. Luís. Há ainda algumas incursões nas

freguesias de: São Nicolau, nomeadamente na zona ribeirinha; Santo Ildefonso, sobretudo na avenida dos Aliados e praça da Liberdade; e Vitória, com destaque para a livraria Lello e Igreja de N. Senhora da Vitória onde nas proximidades se localiza um bonito miradouro. É importante salientar que para este subgrupo de *backpackers*, a freguesia de Santo Ildefonso funciona essencialmente como área de circulação entre as freguesias referidas anteriormente, passado aí apenas 10.3% do total de tempo gasto na visita.

Em relação ao dia de visita à cidade, 73% dos turistas pertencentes ao subgrupo A1.1 afirmaram ter visitado o Porto sozinho e 91% não realizou nenhum tour organizado. As **fontes de informação** mais utilizadas antes da visita foram a família e amigos, outros viajantes e as redes sociais (45% cada), guias de viagem e blogues (36%). Mais de 63% reservou o alojamento através da internet. Durante a visita as fontes de informação mais utilizadas, com valores superiores a 36%, foram os livros de guias de viagem, outros viajantes e ainda brochuras com informações turísticas. Todos fizeram caminhadas pela cidade e apenas 27% utilizou transportes públicos. A grande maioria (64%) usou um mapa da cidade e 18% afirmaram ter-se perdido. Em termos de atrações, mais de metade (55%) visitaram em primeiro lugar o centro histórico classificado pela UNESCO e em segundo lugar, as pontes da cidade. No que respeita às atividades realizadas, 46% afirmaram que em primeiro lugar caminharam e 36% frequentaram cafés e restaurantes da cidade.



Fonte: Construção própria.

Figura 43. a) Sequência de movimentos efetuados pelo subgrupo A.1.2 e duração média de permanência em cada freguesia. B) Padrão de movimento espacial do subgrupo A.1.2.

O **subgrupo A.1.2** é constituído por oito turistas com uma média de idades de 25 anos, entre os quais, *backpackers* de longa duração (37.5%) e Nómadas globais (37,5%). Gastam, em média, 96€ por dia, são maioritariamente oriundos do continente americano (50%) e da Europa (37.5%); 75% são do sexo feminino e viajam acompanhadas com amigos ou namorados (62.5%). Quase todos têm habilitações superiores (75%), são maioritariamente solteiros (62.5%) e apenas 37.5% viaja sozinho tendo ficado hospedados em dormitórios mistos (75%). Para 50% dos elementos deste subgrupo, os rendimentos anuais são inferiores a 7000€. Em média, os elementos deste subgrupo realizaram 7.4 viagens internacionais de longa duração nos últimos cinco anos e passaram em média 3.9 noites na cidade. A grande maioria (62.5%) nunca tinha visitado o Porto, fizeram escala noutra país antes de chegar à cidade e 63% pretendem visitar outros países. A maioria dos turistas tem *smartphone* (75%) e nenhum trouxe o seu computador pessoal.

Analisando a sequência de movimentos efetuados pelo subgrupo A.1.2 e a duração média de permanência em cada freguesia (fig.5), verifica-se imediatamente que a particularidade mais evidente relativa ao seu comportamento espaciotemporal é a sua reduzida dispersão territorial limitada essencialmente a duas freguesias: a freguesia da Sé e a freguesia de Santo Ildefonso, onde passaram 89.5% do tempo dedicado à visita. Quase todos os *backpackers* deste subgrupo ficaram alojados no mesmo Hostel (Niceway) localizado junto à Praça da Liberdade (freguesia de Santo Ildefonso) tendo os mesmos optado, na sua maioria, por explorar o território mais próximo do seu alojamento, visitando atrações como a Avenida dos Aliados, o Café Majestic, a rua comercial de Santa Catarina e o Mercado do Bolhão fazendo ainda algumas incursões à freguesia da Sé, visitando a vizinha Estação de S. Bento e a Sé Catedral. A maior concentração do tempo de visita nas imediações do alojamento deve-se ao facto de alguns turistas terem aproveitado para frequentar uma das várias esplanadas de cafés e restaurantes aí existentes.

Em relação ao dia de visita à cidade, 75% afirmaram ter visitado o Porto acompanhados e 87.5% não realizou nenhum tour organizado. As **fontes de informação** mais utilizadas pelos turistas deste subgrupo antes da viagem foram outros viajantes e motores de pesquisa na internet (37.5% cada) e a família e amigos (25%). Durante a visita à cidade, a grande maioria respondeu não ter utilizado nenhuma fonte de informação, optando por fazer caminhadas pela cidade (87.5%). Apenas 1 turista (12.5%) utilizou transportes públicos. A grande maioria usou um mapa da cidade (62.5%) e apesar de 25% ter solicitado informações ninguém se perdeu. Em termos de atrações, 50% visitaram em

primeiro lugar monumentos e edifícios históricos e no que respeita às atividades realizadas, apesar de diversificadas, 37.5% afirmaram que em primeiro lugar caminharam, valor idêntico aos que afirmaram ter frequentado em primeiro lugar, cafés e restaurantes da cidade. A atividade mais referida em segundo lugar foi caminhar pela cidade (50%).

8.3.3.2. Padrões de comportamento espaciotemporal do subgrupo A.2

O **subgrupo A.2.1** é constituído por nove turistas (Figura 44) que têm em média 23.1 anos de idade, entre os quais, Nómadas Globais (44.4%) e *backpackers* de longa duração (22.2%). São maioritariamente europeus (66.6%), solteiros (77.8%) e viajam sozinhos (77.8%), têm habilitações superiores (77.8%), ficaram hospedados num dormitório misto (77.8%) e 44.4% tem rendimentos anuais superiores a 20 mil Euros, gastando em média 78 Euros por dia.

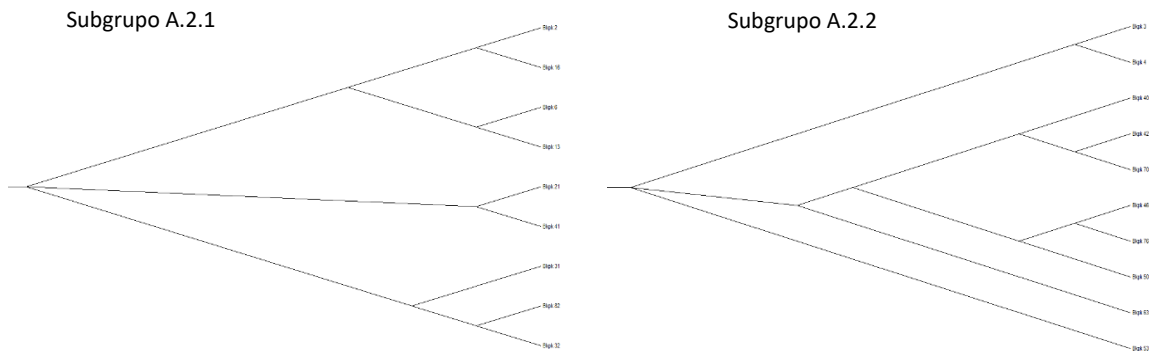
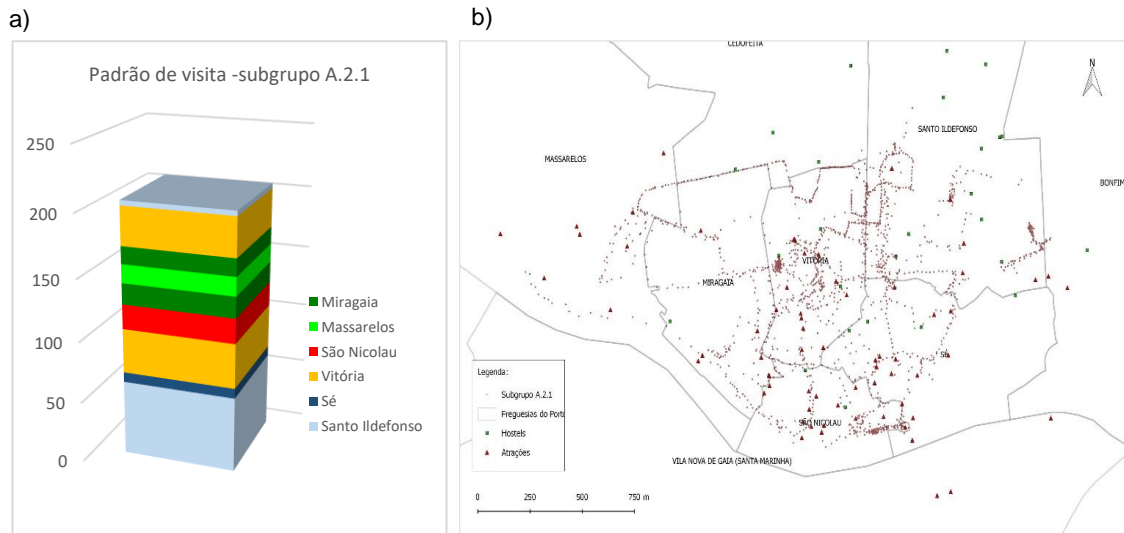


Figura 44 - Árvores taxonómicas do subgrupo A.2.1 e subgrupo A.2.2

Os elementos deste subgrupo realizaram, em média, 5 viagens internacionais de longa duração nos últimos cinco anos e passaram, em média, 4.4 noites na cidade. A grande maioria (77.8%) nunca tinha visitado o Porto, 55.6% não realizou escala noutra país antes de chegar à cidade e 33.3% pretendem visitar outros países depois de terminarem a visita à cidade.

A sequência de movimentos efetuados pelo subgrupo A.2.1 e a duração média de permanência em cada freguesia (Figura 45) revela uma maior dispersão pela cidade. As freguesias de Santo Ildefonso e de Vitória são aquelas onde, em média, os elementos deste subgrupo passam mais tempo, com 31.6% e 32.5% do total de tempo médio gasto na visita à cidade, respetivamente.



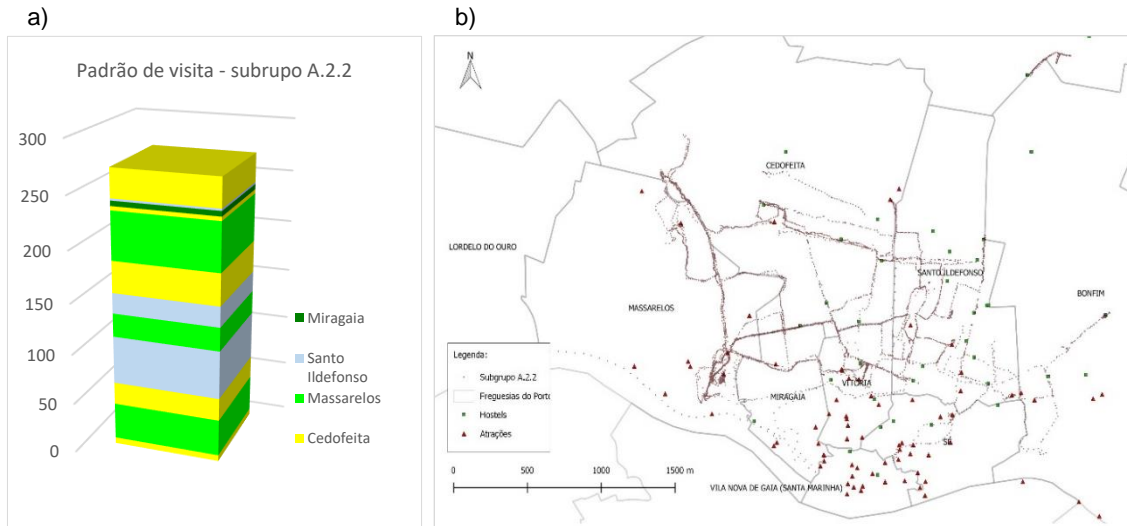
Fonte: Construção própria.

Figura 45. a) Sequência de movimentos efetuados pelo subgrupo A.2.1 e duração média de permanência em cada freguesia. B) Padrão de movimento espacial do subgrupo A.2.1.

Este subgrupo começa a sua visita em Santo Ildefonso, visitando a Avenida dos Aliados, Câmara Municipal e o Mercado do Bolhão, fazendo uma pequena incursão na freguesia da Sé, visitando a Estação de S. Bento. Dirige-se posteriormente à freguesia de Vitória, onde visitam a Torre dos Clérigos, a livraria Lello, a praça dos Leões e algumas esplanadas de cafés e restaurantes junto ao jardim da Cordoaria, descendo posteriormente à Ribeira (freguesia de S. Nicolau) onde caminham até aos pilares da ponte Pênsil e ponte D. Luís. Passam ainda pela freguesia de Miragaia, junto à Alfândega, fazendo uma curta incursão na freguesia de Massarelos antes de regressar a Miragaia. Terminam a visita nas freguesias de Vitória onde passeiam pela rua do Almada e Santo Ildefonso onde se localizam quase todos os alojamentos.

No dia de visita à cidade, mais de 55% afirmaram ter visitado o Porto sozinhos e apenas 22% participou num tour organizado. As **fontes de informação** mais utilizadas pelos turistas deste subgrupo, antes da viagem, foram os motores de pesquisa (77.8%), revistas de viagens online (55.6%), blogs (44.4%), familiares e amigos e outros viajantes (33.3% cada). Durante o dia de visita à cidade, 55.6% dos elementos deste subgrupo afirmaram ter recorrido a informações dadas por outros viajantes. A grande maioria (66.7%) não pesquisou nas redes sociais, informações sobre o destino Porto. Relativamente aos referenciais de orientação utilizados durante a visita à cidade, 66.7% utilizou mapas da cidade e 55.6% utilizaram aplicações de *smartphone* sobre a cidade. Apenas 22.2% afirmaram terem-se perdido devido à uma leitura errada do mapa ou a uma orientação errada dos marcos na paisagem urbana.

A grande maioria optou por visitar em primeiro lugar o centro histórico classificado pela UNESCO como património da Humanidade (55.6%), seguindo-se a visita às pontes (33.3%). No que respeita às atividades realizadas, a grande maioria começou por caminhar pela cidade (77.8%) aproveitando posteriormente para visitar algumas atrações (55.5%).



Fonte: Construção própria.

Figura 46. a) Sequência de movimentos efetuados pelo subgrupo A.2.2 e duração média de permanência em cada freguesia. B) Padrão de movimento espacial do subgrupo A.2.2.

O **subgrupo A.2.2** é constituído por dez turistas com uma média de idades de 28.5 anos, entre os quais, *Flashpackers* (50%) e *Backpackers* de longa duração (30%). São maioritariamente europeus (60%) e americanos (30%), viajam sozinhos (60%), são solteiros (90%) e têm um nível de instrução elevado (ensino superior 80%). Gastam em média 91.7€ por dia, optaram ficar hospedados em dormitórios mistos (80%), 40% tem rendimentos anuais superiores a 20 mil Euros e 30% afirmaram ter rendimentos anuais inferiores a 14 mil Euros.

Em média, os elementos deste subgrupo realizaram 3.5 viagens internacionais de longa duração nos últimos cinco anos e passaram em média 8.4 noites na cidade, valor que diminui para 5 noites se não tivermos em consideração a longa estada de 39 noites de um turista. A grande maioria (80%) nunca tinha visitado o Porto, 60% viajam sozinhos e não realizaram escala noutra país antes de chegar à cidade e 50% pretendem visitar outros países depois de terminarem a visita à cidade. Metade dos elementos deste subgrupo encontram-se a fazer uma viagem de curta duração.

Em relação ao dia de visita à cidade, 50% afirmaram ter visitado o Porto sozinhos e nenhum participou num tour organizado. Observando o gráfico com a sequência de

movimentos e duração média de permanência em cada freguesia (Figura 46) efetuados pelo subgrupo A.2.2, verifica-se que o orçamento temporal gasto no dia de visita à cidade se concentra fortemente nas freguesias de Massarelos (39.1%) e de Cedofeita (33.6%) havendo ainda algumas incursões, mais ou menos longas, nas freguesias de Santo Ildefonso e Miragaia. Uma característica específica da visita efetuada por este subgrupo é, sem dúvida, a não preferência pelo Centro Histórico classificado pela UNESCO, nomeadamente as áreas ribeirinhas da cidade, habitualmente muito procuradas por quem visita a cidade. A visita deste subgrupo tem início na freguesia de Cedofeita onde várias ruas são percorridas em direção ao Mercado do Bom Sucesso (freguesia de Massarelos). Regressam a Cedofeita, visitando a antiga Igreja Românica e passeando pela conhecida rua pedonal de Cedofeita. Fazem uma curta incursão por Santo Ildefonso, nomeadamente, à Avenida dos Aliados, Câmara Municipal e Mercado do Bolhão, voltando novamente para território da freguesia de Massarelos, desta vez, visitando a Casa da Música e a rotunda da Boavista. Fazem novamente uma pequena incursão em Santo Ildefonso (Avenida dos Aliados) caminhando até à Rua Miguel Bombarda, conhecida pela concentração de galerias de arte (freguesia de Cedofeita). Posteriormente, dirigem-se aos jardins do Palácio de Cristal (freguesia de Massarelos), percorrendo intensamente esta importante área verde da cidade onde se localiza também o Pavilhão Rosa Mota e alguns miradouros com vista sobre o rio Douro e a sua foz. Regressam a Cedofeita, passando por algumas ruas de Miragaia.

As **fontes de informação** mais utilizadas pelos turistas deste subgrupo, antes da viagem, foram outros viajantes (70%), motores de pesquisa (60%) e redes sociais (50%). Durante o dia de visita à cidade, os *backpackers* deste subgrupo recorreram na sua maioria aos livros guias de viagem (70%) e a informações de outros visitantes (50%). Embora todos tenham caminhado pela cidade, 50% admitiu ter utilizado transportes públicos. Relativamente aos referenciais de orientação utilizados durante a visita à cidade, 70% utilizou mapas da cidade e 50% utilizaram marcos na paisagem urbana. Apenas um turista (10%) referiu ter-se perdido devido a erros de orientação. Trata-se de um grupo bastante heterogéneo na tipologia de atrações visitadas: 30% visitaram em primeiro lugar monumentos e edifícios históricos, dividindo-se os restantes pelo Centro Histórico classificado pela UNESCO, Igrejas, Exposições, entre outros. No que respeita às atividades realizadas, a grande maioria começou por caminhar pela cidade (70%) aproveitando posteriormente para visitar algumas atrações.

O **subgrupo A.2.3** é constituído por sete turistas com uma média de idades de 28.1 anos, entre os quais, *Flashpackers* (43%) e *Backpackers* de longa duração (28.6%).

Têm rendimentos anuais entre 14 mil e 30 mil Euros (57%), gastam em média 103.4 Euros por dia e são predominantemente europeus (71%), viajam sozinhos (57%) e acompanhados de amigos (43%). Quase todos têm habilitações superiores (86%) e ficaram hospedados em dormitórios (86%).

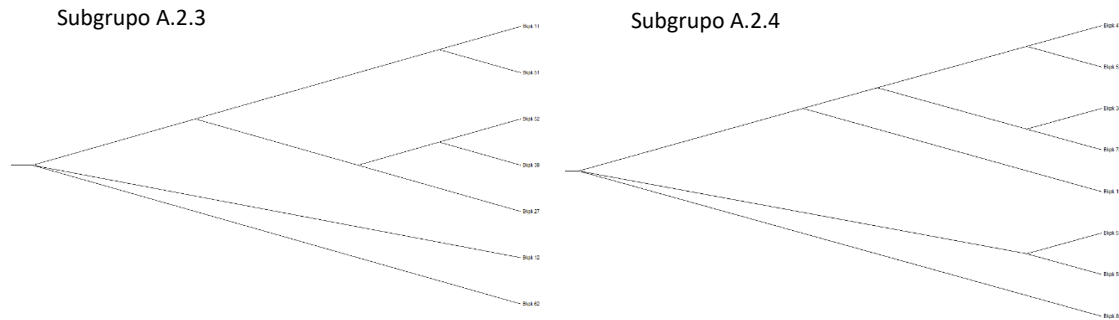
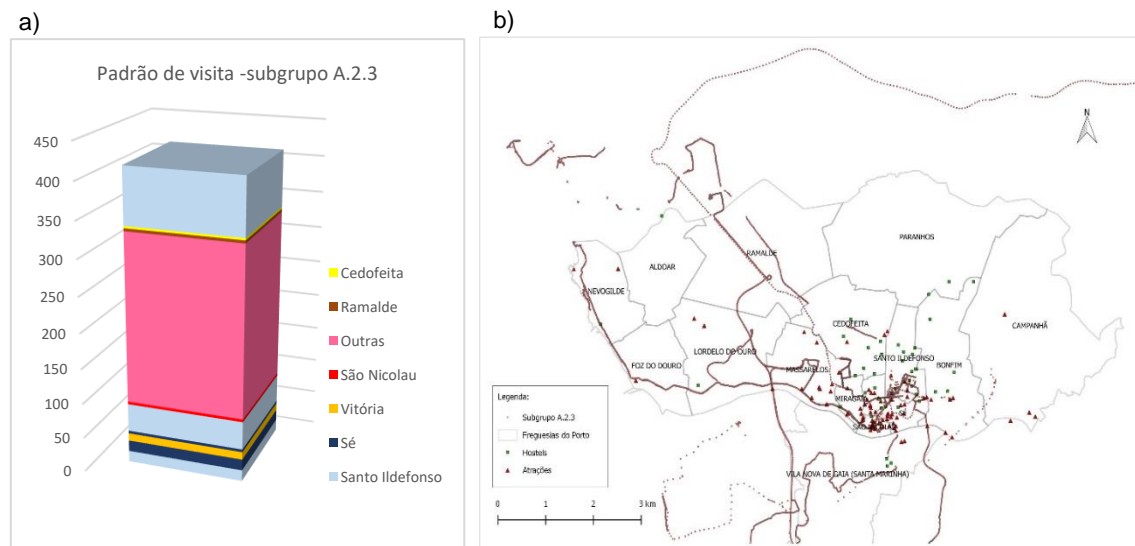


Figura 47. Árvores taxonómicas do subgrupo A.2.3 e subgrupo A.2.4

Em média, os elementos deste subgrupo realizaram 4.4 viagens internacionais de longa duração nos últimos cinco anos e passaram em média 5.3 noites na cidade. A grande maioria (71%) nunca tinha visitado o Porto e não visitaram outro país antes de chegar à cidade e 42.3% pretendem visitar outros países. Quase todos os elementos deste subgrupo encontram-se a fazer uma viagem de curta duração (86%).



Fonte: Construção própria.

Figura 48. a) Sequência de movimentos efetuados pelo subgrupo A.2.3 e duração média de permanência em cada freguesia. B) Padrão de movimento espacial do subgrupo A.2.3.

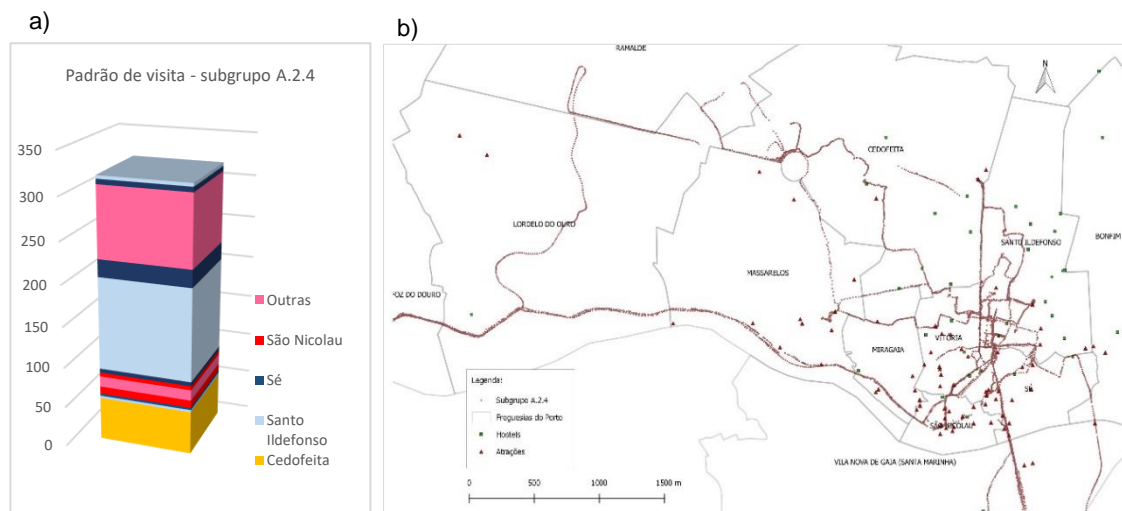
Em relação ao dia de visita à cidade, 43% afirmaram ter visitado o Porto sozinhos e 57% não participou num tour organizado. A sequência de movimentos e duração média de permanência em cada freguesia (Figura 48) efetuados pelo subgrupo A.2.3 revela

também a existência de um padrão de visita bastante peculiar, marcado pelo facto dos turistas deste subgrupo passarem a maior parte do seu tempo de visita (57.5%) em outras freguesias pertencentes a outros concelhos, como por exemplo, Matosinhos, Vila Nova de Gaia, Aveiro, Alijó, entre outros. É ainda o subgrupo que em média, mais se distancia do centro urbano do Porto visitando lugares bastante distantes, como o vale do Douro ou a cidade de Aveiro. A freguesia de Santo Ildefonso é também muito procurada, sendo responsável por 32.4% do total do orçamento temporal dedicado a um dia de visita ao destino Porto. As freguesias de Vitória, Cedofeita, Sé, São Nicolau e Ramalde fazem também parte do território visitado, mas quase sempre como espaços de circulação entre Santo Ildefonso e Outras freguesias.

A visita tem início em Santo Ildefonso, com incidência na Avenida dos Aliados e em algumas ruas perpendiculares. Fazem depois uma visita à estação de S. Bento e à parte inicial da rua das Flores (freguesia da Sé) em direção à freguesia de Vitória (Clérigos) regressando novamente e por um curto espaço de tempo, ao território da Sé de onde partem para Santo Ildefonso. Aproveitam para visitar a rua comercial de Santa Catarina e o Mercado do Bolhão. Descem depois à Ribeira (freguesia de São Nicolau) de onde partem para visitar outras freguesias localizados fora do concelho do Porto. No regresso, passam ainda pelas freguesias de Ramalde e Cedofeita, antes de chegarem a Santo Ildefonso, onde se localizam quase todos os alojamentos.

Durante a preparação da viagem ao Porto, as **fontes de informação** mais utilizadas foram: outros viajantes (71%), familiares e amigos e motores de pesquisa na internet (57% cada). Durante o dia de visita à cidade, os *backpackers* deste subgrupo afirmaram quase todos não ter recorrido a quaisquer fontes de informação. Quase todos (71%) também optaram por conhecer a cidade através de caminhadas pela cidade, com apenas 1 turista a referir ter utilizado transportes públicos e outro, o automóvel. Relativamente aos referenciais de orientação utilizados durante a visita à cidade, 57% serviu-se de alguns marcos de referência na paisagem urbana e só 43% referiu ter utilizado mapas durante a sua visita. Apenas um turista referiu ter-se perdido devido a erros de orientação e de leitura do mapa da cidade. Este é o grupo mais heterogéneo no que diz respeito às tipologias de atrações visitadas. Todos eles começaram a sua visita à cidade visitando atrações diferentes embora localizadas em áreas semelhantes, como por exemplo, o centro histórico classificado pela UNESCO ou a ponte D. Luis. Caminhar e comer uma refeição típica são as atividades preferidas.

O **subgrupo A.2.4** é constituído por oito turistas com uma média de idades de 26.1 anos, entre os quais, *Flashpackers* e *Backpackers* de longa duração com 37.5% cada. Gastam em média 111.8€ por dia e são predominantemente europeus (75%), viajam sozinhos (62.5%) e acompanhados de namoradas ou amigos (37.5%). Também quase todos têm habilitações superiores (87.5%) e ficaram hospedados em dormitórios (75%). Embora metade dos turistas deste subgrupo tenham referido obter rendimentos anuais superiores a 20 mil Euros, em média, realizaram apenas 2.5 viagens internacionais de longa duração nos últimos cinco anos. Passaram em média 4.4 noites na cidade. Apenas um turista já tinha visitado o Porto e também apenas um turista visitou outro país antes de chegar ao porto. Como só 37.5% vai continuar a visitar outros países, para a grande maioria, o Porto e outras cidades portuguesas serão o seu único destino; 62.5% encontram-se a fazer uma viagem de curta duração. Em relação ao dia de visita à cidade, 37.5% afirmaram ter visitado o Porto sozinhos e 75% não participou em nenhum tour organizado.



Fonte: Construção própria.

Figura 49. a) Sequência de movimentos efetuados pelo subgrupo A.2.4 e duração média de permanência em cada freguesia. B) Padrão de movimento espacial do subgrupo A.2.4.

Observando a sequência de movimentos e duração média de permanência em cada freguesia (Figura 59) efetuados pelo **subgrupo A.2.4** verifica-se que o território visitado encontra-se disperso por cinco freguesias, embora a maior parte do tempo de visita esteja distribuído pelas freguesias de Santo Ildefonso (37.3%) e outras (30.7%).

A visita deste subgrupo tem início em Cedofeita com visitas à Igreja Românica, rotunda da Boavista e Casa da Música. Registam-se duas curtas incursões nas freguesias de Santo Ildefonso e Sé, respetivamente bem como uma passagem pela freguesia de

Santo Ildefonso (Ribeira do Porto) em direção à ponte D. Luís. Segue-se uma visita à Avenida da República localizada numa freguesia de Vila Nova de Gaia. Regressam depois à Freguesia de Santo Ildefonso, atravessando as freguesias de São Nicolau e da Sé. Circulam pela Avenida dos Aliados e ruas perpendiculares, visitando a Rua de Santa Catarina, praça da Batalha e Teatro Nacional S. João e Mercado do Bolhão. Visitam ainda a Igreja de Nossa senhora da Lapa, que apesar de estar localizada na freguesia de Cedofeita, tem quase todo o percurso para lá chegar, localizado na freguesia de Santo Ildefonso. Dirigem-se posteriormente para a freguesia da Sé, visitando a Estação de São Bento, a Rua das Flores e Rua Mouzinho da Silveira, a Sé Catedral e o tabuleiro superior da ponte D. Luís. Dirigem-se novamente para a Avenida da República até chegar ao centro Comercial (El Corte Inglés) onde gastam uma parte significativa do seu orçamento temporal.

Durante a preparação da visita ao Porto, as **fontes de informação** mais utilizadas pelos turistas deste subgrupo foram: livros de guias de viagem da cidade e motores de pesquisa *online* (75% cada), outros viajantes (62.5%) e redes sociais (62.5%). Durante o dia de visita à cidade, os *backpackers* destes subgrupo utilizaram motores de pesquisa (50%) para procurar informação sobre a cidade bem como livro de guias de viagem (37.5%). Todos optaram por conhecer a cidade através de caminhadas, embora 37.5% tenha recorrido a transportes públicos. Relativamente aos referenciais de orientação utilizados durante a visita à cidade, 87.5% referiu ter utilizado os mapas da cidade. Uma leitura incorreta dos mesmos levou a que dois turistas se tenham perdido, pelo menos duas vezes. Apenas um turista pediu informações e três turistas (37.5%) utilizaram o GPS para se orientar.

Verificou-se que 50% optaram por visitar em primeiro lugar alguns monumentos e edifícios históricos e 25% decidiram ir primeiro à praia. As pontes são também atrações muito visitadas. As atividades preferidas são caminhar pela cidade (50%) e comer uma refeição típica num restaurante ou café (37.5%).

8.3.3.3. Padrões de comportamento espaciotemporal do subgrupo A.3

O **subgrupo A.3.1** é constituído por apenas sete turistas com uma média de idades de 28.3 anos, entre os quais, *Flashpackers* (43%). Gastam em média 85.5 Euros por dia e são todos europeus. Viajam sozinhos (85.7%) e todos têm habilitações académicas superiores sendo importante referir que 43% têm mestrado ou doutoramento. Quase todos optaram por ficar hospedados em dormitórios (86%) mistos ou femininos, apesar de quase 60% terem afirmado obter rendimentos anuais superiores a 20 mil Euros. Em

média, realizaram 5 viagens internacionais de longa duração nos últimos cinco anos. A visita à cidade foi curta já que em média, passaram apenas 2.7 noites na cidade.

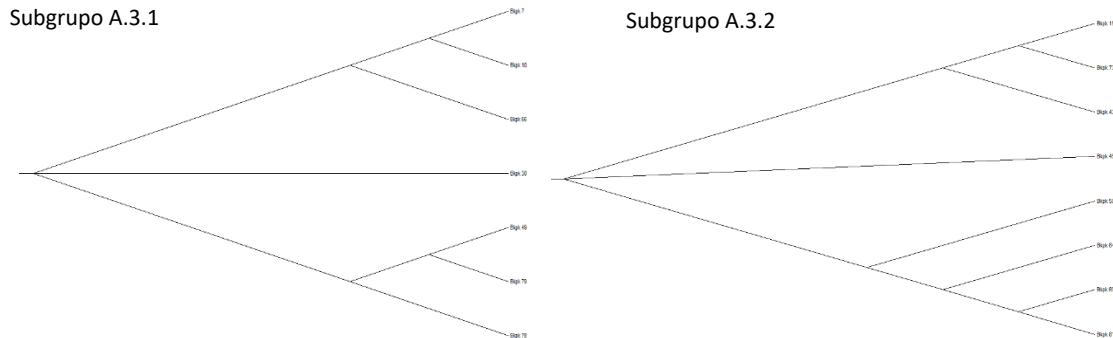
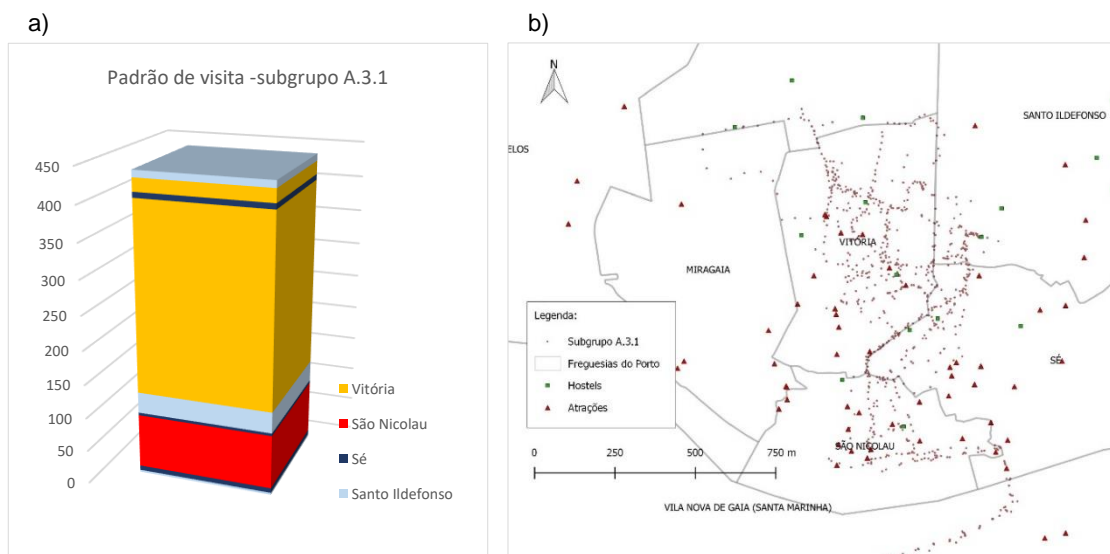


Figura 50. Árvores taxonómicas do subgrupo A.3.1 e subgrupo A.3.2

Neste subgrupo, 43% já conheciam o Porto, 71.4% pretende ainda conhecer outras cidades e/ou países e 57% encontram-se a fazer uma viagem de longa duração. Em relação ao dia de visita à cidade, 57% referiram ter visitado o Porto sozinhos e apenas um turista participou num tour organizado. Observando a sequência de movimentos e duração média de permanência em cada freguesia (Figura 51) efetuados pelo subgrupo A.3.1, verifica-se que o orçamento temporal gasto no dia de visita à cidade se concentra fortemente na freguesia de Vitória (67.4%), encontrando-se o restante tempo de visita distribuído por São Nicolau (18.2%) e pelas freguesias de Santo Ildefonso (10%) e Sé (4.3%) onde são feitas pequenas incursões.



Fonte: Construção própria.

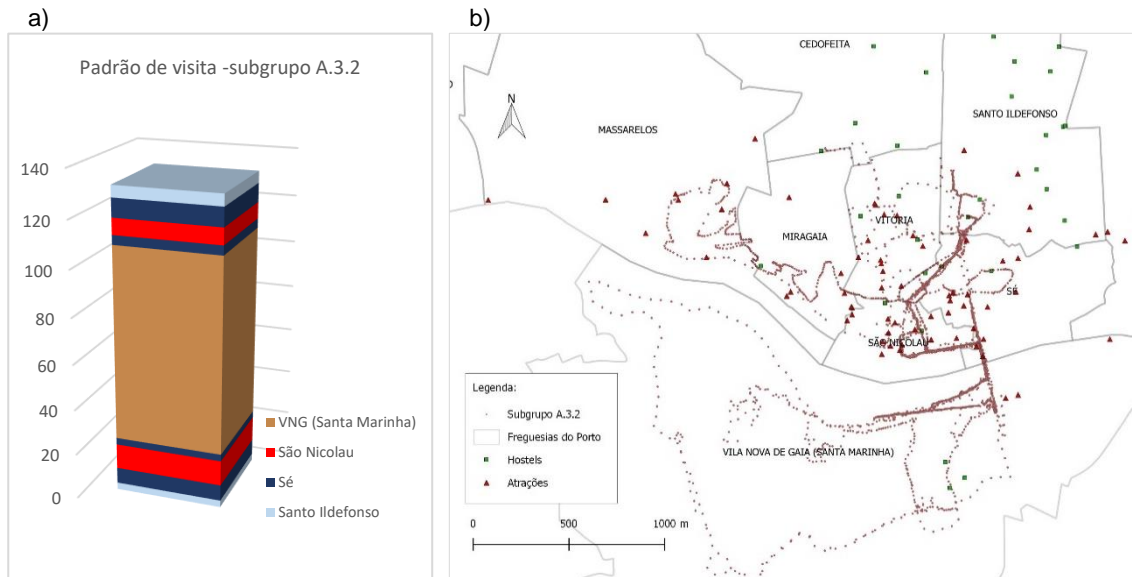
Figura 51. a) Sequência de movimentos efetuados pelo subgrupo A.3.1 e duração média de permanência em cada freguesia. B) Padrão de movimento espacial do subgrupo A.3.1.

Este padrão de visita tem início na Sé com incidência na rua Mouzinho da Silveira e na rua das Flores em direção à freguesia de São Nicolau onde visitam o exterior do Mercado Ferreira Borges, Palácio da Bolsa, Casa do Infante, Torre Medieval e toda zona Ribeirinha até à ponte D. Luís. Dirigem-se depois à Praça da Liberdade e Avenida dos Aliados (freguesia de Santo Ildefonso) visitando posteriormente algumas atrações localizadas na freguesia de Vitória: igreja e torre dos Clérigos, capela de nossa Senhora da Silva, Praça dos Leões, igreja das Carmelitas e igreja do Carmo, Praça Carlos Alberto e rua Cândido dos Reis, junto à rua Galerias de Paris. Verifica-se ainda uma curta visita à freguesia da Sé que se justifica pelo facto da rua das Flores se encontrar no limite administrativo das freguesias de Vitória e Sé. A visita termina em território de Santo Ildefonso, junto aos Aliados.

Durante a preparação da visita ao Porto, as **fontes de informação** mais utilizadas foram os motores de pesquisa (100%), familiares e amigos (57%) e outros viajantes e blogues de internet (42.8% cada). Durante o dia de visita à cidade, os *backpackers* deste subgrupo socorreram-se sobretudo de outros viajantes e de motores de pesquisa online (42.8% cada). Todos optaram por conhecer a cidade através de caminhadas. Não foram utilizados transportes públicos nem automóveis. Apenas 42.8% utilizou mapas e só um turista se perdeu uma vez devido a erros de orientação; 43% dos elementos optaram por visitar em primeiro lugar o centro histórico classificado pela UNESCO e em segundo lugar, os monumentos e edifícios históricos foram as atrações mais visitadas (57%). As atividades realizadas em primeiro lugar foram caminhar pela cidade (71.4%).

O subgrupo A.3.2 é constituído por oito turistas com uma média de idades de 26 anos, sendo os mais representativos, *Backpackers* que se encontram a fazer uma viagem de longa duração (25%) e *Backpackers* de curta duração (25%). Gastam em média 63.4 Euros por dia e são quase todos europeus (87.5%). Viajam maioritariamente sozinhos (62.5%), quase todos têm habilitações académicas (75%) iguais ou superiores à licenciatura e 75% optaram por ficar hospedados em dormitórios mistos. Os rendimentos anuais são diversificados: 37.5% inferiores a 14 mil Euros e 25% têm rendimentos superiores a 30 mil Euros. Em média, realizaram 4 viagens internacionais de longa duração nos últimos cinco anos tendo a duração média da estada na cidade ficado pelas 4.3 noites. Só 25% dos turistas deste subgrupo já conheciam o Porto, 63% estão a fazer uma viagem multideestino internacional tendo visitado ou pretendendo visitar outros países e 50% encontram-se a fazer uma viagem de longa duração.

Em relação ao dia de visita à cidade, 50% afirmaram ter visitado o Porto sozinhos e apenas um turista participou num tour organizado.



Fonte: Construção própria.

Figura 52. a) Sequência de movimentos efetuados pelo subgrupo A.3.2 e duração média de permanência em cada freguesia. B) Padrão de movimento espacial do subgrupo A.3.2.

A sequência de movimentos e duração média de permanência em cada freguesia (Figura 52) efetuados pelo subgrupo A.3.2 revela um padrão de comportamento que se diferencia dos restantes pelo facto da maioria do tempo despendido na visita se concentrar na freguesia de Santa Marinha (Vila Nova de Gaia), junto às conhecidas caves de Vinho do Porto. Com início junto à Avenida dos Aliados (Santo Ildefonso), os turistas seguem para a Ribeira, através do seu principal acesso – a rua Mouzinho da Silveira (freguesia da Sé) e posteriormente a Rua São João (freguesia de São Nicolau). Dispersam depois pela rua do Infante D. Henrique, rua da Alfândega e praça da Ribeira, até à ponte D.Luís, fazendo aí uma pequena incursão em território da freguesia da Sé. As atrações mais visitadas são a Casa do Infante, o mercado Ferreira Borges, Feitoria Inglesa e Pilares da Ponte Pensil. Atravessam depois a ponte D.Luís em direção à ribeira de Gaia (freguesia de Santa Marinha). Passeiam ao longo do rio, visitam caves e alguns turistas utilizam o teleférico até ao jardim do Morro, nas proximidades da rua da República (Vila Nova de Gaia). Atravessam depois o tabuleiro superior da ponte D.Luís e Avenida Vimara Peres (freguesia da Sé) em direção aos Aliados (Santo Ildefonso). Os turistas que não utilizam o teleférico regressam novamente à ribeira do Porto pelo tabuleiro inferior da ponte D. Luís, subindo aos Aliados pelas ruas utilizadas anteriormente.

Durante a preparação da visita ao Porto, as fontes de informação mais utilizadas por este subgrupo foram os motores de pesquisa *online* (87.5%) e familiares e amigos

(62.7%). Durante o dia de visita à cidade socorreram-se sobretudo de livros guias de viagem e de motores de pesquisa *online* (37.5% cada). Todos optaram por conhecer a cidade através de caminhadas, 37.5% recorreu a transportes públicos, 75% utilizou mapas e só um turista se perdeu, pelo menos duas vezes devido a orientações erradas dadas por outras pessoas. O centro histórico classificado pela UNESCO foi a primeira tipologia de atração mais visitada (50%) seguindo-se os monumentos e edifícios históricos (50%). Uma vez mais, as atividades realizadas em primeiro lugar foram caminhar pela cidade (75%) seguida da visita a atrações (62.5%).

8.3.3.4. Padrões de comportamento espaciotemporal do subgrupo A.4

O subgrupo A.4 é constituído por sete turistas com uma média de idades de 24.7 anos, sendo os mais representativos, *backpackers* que se encontram a fazer uma viagem de longa duração (43%). A média de gastos diários é bastante diversificada apresentando valores entre os 17€ e os 190€, embora o valor médio se situe nos 89.4€ por dia. São maioritariamente oriundos de países europeus (71.4%) e uma característica distintiva deste subgrupo é o facto de viajarem maioritariamente acompanhados (86.7%) de amigos, namoradas ou familiares.

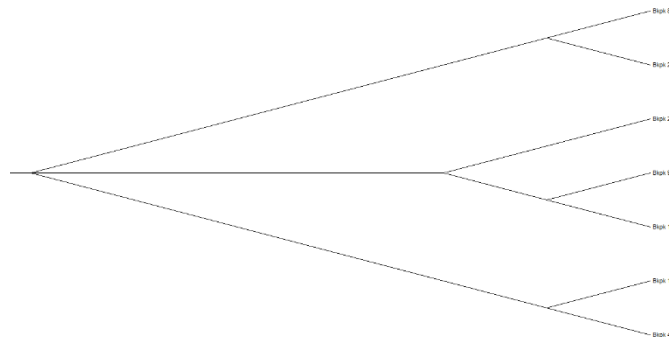
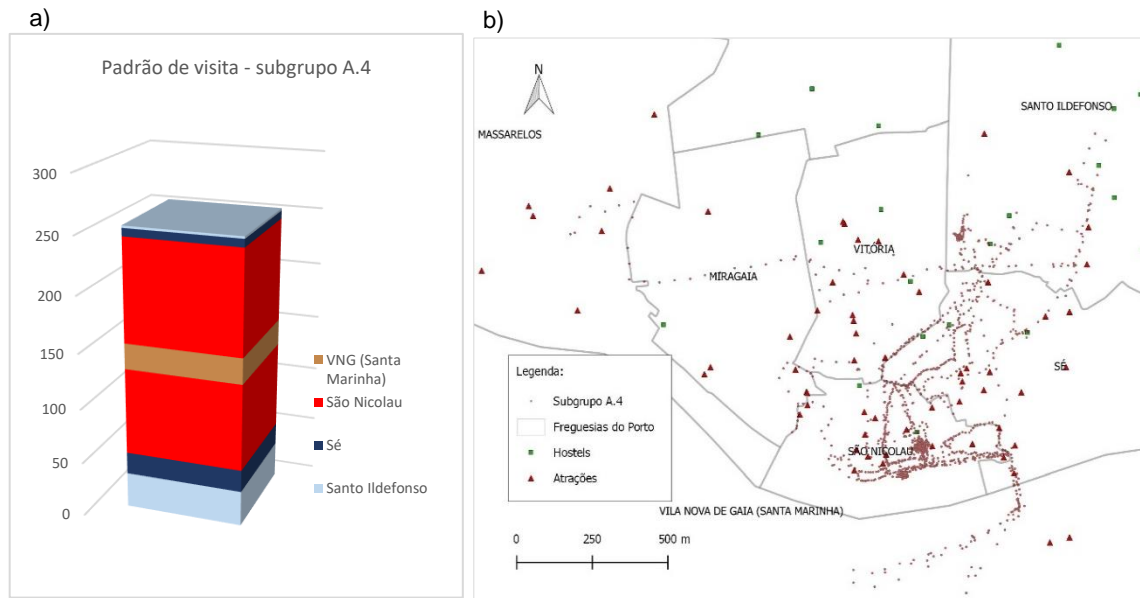


Figura 53. Árvore taxonómica do subgrupo A.4

A maioria tem habilitações académicas superiores (apenas 28% têm habilitações académicas ao nível do ensino secundário), 75% optaram por ficar hospedados em dormitórios mistos, 42.3% têm rendimentos anuais superiores a 20000 Euros e 42.5% têm rendimentos anuais inferiores a 3 mil Euros. Em média, realizaram 3.6 viagens internacionais de longa duração nos últimos cinco anos tendo a duração média da estada na cidade ficado pelas 6 noites, valor que diminui para 3.6 noites se não for tida em conta a longa estada de 20 noites de um turista deste subgrupo. Mais de 71% dos turistas deste subgrupo não conheciam o Porto e encontram-se a fazer uma viagem

exclusiva a Portugal embora apenas 43% esteja de visita exclusiva à cidade do Porto. A maioria (71.4%) encontra-se a fazer uma viagem de curta duração. Em relação ao dia de visita à cidade, apenas 1 turista afirmou ter visitado o Porto sozinho. Os restantes tiveram a companhia de amigos, familiares e namorada.



Fonte: Construção própria.

Figura 54. a) Sequência de movimentos efetuados pelo subgrupo A.4 e duração média de permanência em cada freguesia. B) Padrão de movimento espacial do subgrupo A.4.

Durante a preparação da visita ao Porto, as **fontes de informação** mais utilizadas foram os motores de pesquisa (85.7%) e familiares e amigos (43%). A sequência de movimentos e duração média de permanência em cada freguesia (Figura 54) efetuados pelo subgrupo A.4 revela uma semelhança com o subgrupo A.3.2 no que diz respeito ao comportamento espacial, uma vez que os territórios visitados são os mesmos. No entanto, o tempo despendido em cada um desses territórios é bastante diferente, pois 66.5% do tempo total da visita é gasto na freguesia de São Nicolau com uma pequena incursão na ribeira de Gaia (freguesia de Santa Marinha) onde despendem apenas 9.1% do tempo total de visita.

A visita tem início nas proximidades dos Aliados (Santo Ildefonso) em direção à Ribeira do Porto (freguesia de São Nicolau), sendo esta alcançada através da rua Mouzinho da Silveira e da rua das Flores (freguesia da Sé). A maior parte da visita concentra-se no território de São Nicolau, com especial incidência nas margens do Douro e na praça da Ribeira. Depois de uma pequena caminhada pela ponte D. Luís e pela área ribeirinha de Gaia, voltam outra vez à Ribeira do Porto. O fim da visita ocorre com o regresso ao

alojamento (Santo Ildefonso) que é feito pelas mesmas ruas percorridas anteriormente ao longo da freguesia da Sé. A maior parte do tempo de visita é despendido em caminhadas com pausas mais ou menos prolongadas nas margens do rio Douro.

Em relação às fontes de informação consultadas durante o dia de visita à cidade, os *backpackers* deste subgrupo socorreram-se sobretudo de outros viajantes (71.4%), brochuras e motores de pesquisa online (57% cada). Todos optaram por conhecer a cidade através de caminhadas, 28.6% também optaram por transportes públicos, 57% utilizou mapas e só dois turistas se perderam, pelo menos duas vezes devido a orientações erradas dadas por outras pessoas ou a erros na leitura do mapa da cidade. O centro histórico classificado pela UNESCO foi a primeira tipologia de atração mais visitada (57%) seguindo-se os miradouros (28.5%). A maioria dos turistas deste subgrupo visitou depois monumentos e edifícios históricos (71.4%). Uma vez mais, as atividades realizadas em primeiro lugar foram caminhar pela cidade (71.4%) seguida da visita a atrações (28.5%).

8.3.3.5. Padrão de comportamento espaciotemporal do grupo B

O Grupo B é o mais pequeno, sendo constituído por apenas 2 *backpackers* de longa duração, 2 *Flashpackers* e 1 Nómada Global (Figura 55). Com uma média de idades de 30.6 anos, este grupo de 3 europeus e dois norte-americanos, gasta em média 119€ por dia, o valor mais elevado entre todos os subgrupos analisados.

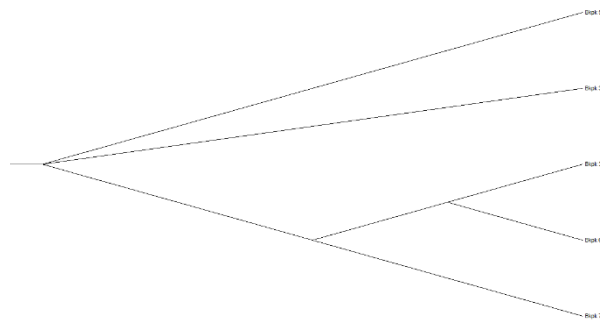
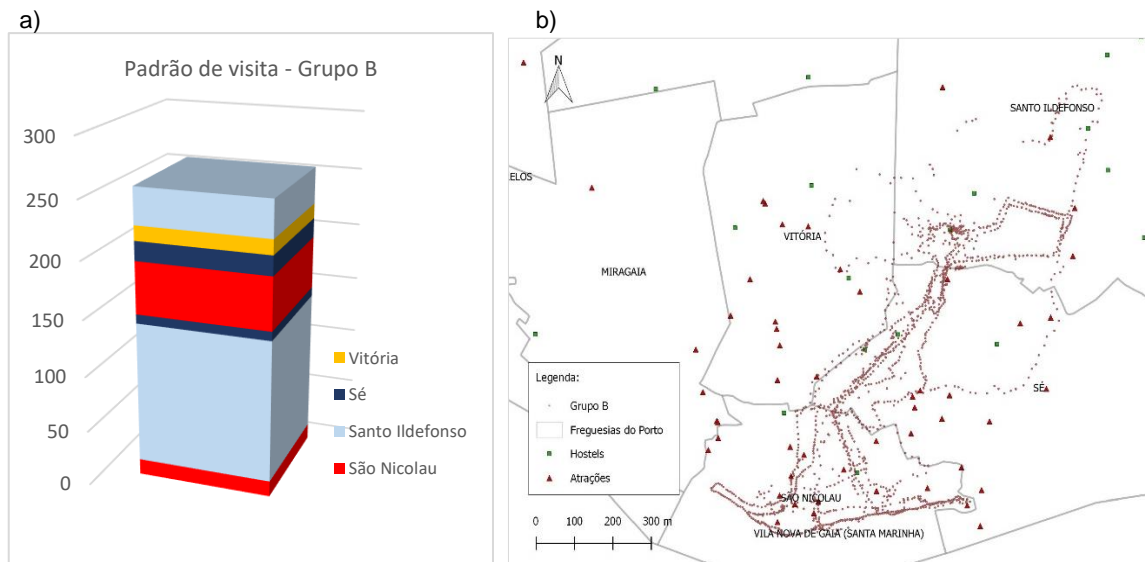


Figura 55 - Árvore taxonómica do Grupo B

Viajam maioritariamente acompanhados (60%), todos eles têm habilitações académicas superiores e todos ficaram hospedados em dormitórios mistos ou femininos. Metade têm rendimentos anuais superiores a 20000 Euros e em média, realizaram 3.8 viagens internacionais de longa duração nos últimos cinco anos tendo a duração média da estada na cidade ficado pelas 2.4 noites. Todos os turistas deste grupo visitam a cidade pela primeira vez e apenas um, escolheu Portugal como destino único da viagem que

se encontra a realizar. A maioria (60%) encontra-se a fazer uma viagem de longa duração.

Em relação ao dia de visita à cidade, apenas 2 turistas afirmaram ter visitado o Porto sozinhos. O padrão de visita deste subgrupo (Figura 56) tem início na freguesia de São Nicolau, embora a maior parte do tempo seja despendido na freguesia de Santo Ildefonso (61.7%). Aqui, os turistas percorrem as ruas de Bruno Sampaio, Sá da Bandeira, Santa Catarina, 31 de Janeiro, visitam o Bolhão e fazem uma pausa nas esplanadas existentes na Praça da Liberdade. Passam pela Estação de São Bento, e descem a rua Mouzinho da Silveira ou a rua das Flores em direção à freguesia de São Nicolau onde visitam o jardim Infante D. Henrique, Palácio da Bolsa e Mercado da Ribeira, a Casa do Infante, a Igreja de São Nicolau, Praça da Ribeira. Caminham pela margem do rio até aos pilares da Ponte Pênsil e fazem o percurso inverso de volta a Santo Ildefonso, percorrendo algumas ruas da Sé. Verifica-se a existência de uma pequena incursão na freguesia de Vitória, mas apenas ao longo da rua das Flores, limite administrativo das freguesias da Sé e Vitória. Este padrão de visita tem semelhanças com o subgrupo A.4. no que diz respeito às áreas e atrações visitadas, embora os tempos de permanência em cada freguesia sejam bem distintos.



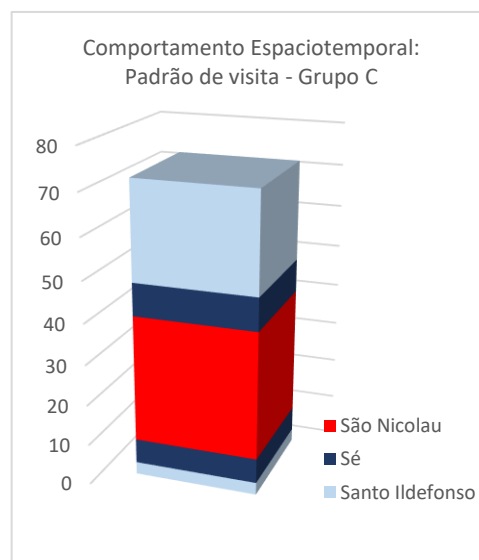
Fonte: Construção própria.

Figura 56. Sequência de movimentos efetuados pelo Grupo B e duração média de permanência em cada freguesia.

Durante a preparação da viagem ao Porto, as **fontes de informação** mais utilizadas foram outros viajantes e motores de pesquisa *online* (80% cada) e livros guias de viagem (40%). Durante o dia de visita à cidade, os livros guias de viagem (40%) foram as fontes de informação mais utilizadas. Quase todos optaram por conhecer a cidade através de

caminhadas (80%) e as aplicações de *smartphone* (80%) e os mapas (60%) foram os instrumentos de orientação mais usados. Dois turistas perderam-se, pelo menos uma vez devido a uma leitura errada do mapa e a dificuldades de orientação. O centro histórico classificado pela UNESCO e os monumentos e edifícios históricos foram as primeiras atrações visitadas (40% cada). Uma vez mais, as atividades realizadas em primeiro lugar foram caminhar pela cidade (80%) seguida de uma refeição típica num restaurante ou café da cidade (40%).

A sequenciação dos percursos efetuados pelos turistas *backpackers* durante um dia de visita ao Porto permitiu ainda identificar um pequeno grupo (**Grupo C**) de apenas 2 elementos (Gráfico 16) que concentraram a sua visita nas freguesias de Santo Ildefonso, Sé e São Nicolau, distinguindo-se apenas do Grupo B pelo tempo total de visita e de permanência em cada uma dessas freguesias. Tratando-se de um grupo muito pequeno, não se considerou pertinente fazer aqui uma descrição mais pormenorizada.



Fonte: Construção própria.

Gráfico 16. Sequência de movimentos efetuados pelo Grupo C e duração média de permanência em cada freguesia.

Conhecidos os padrões de comportamento espaciotemporais dos grupos e subgrupos de turistas *backpackers* identificados no alinhamento sequencial considerou-se pertinente proceder à construção de uma Quadro com algumas das suas principais características dominantes (Quadro 60). Trata-se de uma análise descritiva uma vez que o reduzido número de elementos de cada grupo e subgrupo não permite aplicar testes estatisticamente significativos, tal como aconteceu em Shoval *et al.* (2015).

Os *backpackers* pertencentes ao **subgrupo A.1.1** têm como principais características distintivas o facto de quase metade (45%) estar a realizar uma **viagem multidestino**

por vários lugares em Portugal, por estarem a **visitar o Porto pela primeira vez** (73%) e por terem **visitado esta cidade sozinhos** (73%). Dedicam a maior parte do seu orçamento temporal na freguesia da Sé (59,4%) **visitando atrações localizadas no centro histórico** classificado pela UNESCO, evidenciando grande interesse pelos edifícios históricos da cidade.

O **subgrupo A.1.2** tem como principais características distintivas o facto da maioria dos seus elementos serem **viajantes experientes** - *backpackers* de longa duração e nómadas globais (76%) - e terem **visitado a cidade acompanhados** (75%) por amigos ou namorados. Foi também o subgrupo onde se verificaram **mais pedidos de informação (25%) para ajuda na orientação** e onde a **família e amigos** foram mais utilizados **como fontes de informação** sobre a cidade durante a preparação da viagem. Este subgrupo revelou uma **dispersão territorial muito reduzida**, limitada aos territórios das freguesias da Sé e de Santo Ildefonso - **nas proximidades do alojamento** - onde passaram 89,5% do tempo dedicado à visita. Visitaram preferencialmente monumentos e edifícios históricos (50%) e igrejas (50%).

O **subgrupo A.2.1** distingue-se por ser o **mais jovem** com idades compreendidas entre os 18 e 29 anos e com uma média de apenas 23 anos, sendo também constituído maioritariamente por **viajantes experientes**: nómadas Globais (44%) e *backpackers* de longa duração (22%) que **visitam o Porto pela primeira vez** (78%). Todos os elementos deste subgrupo realizaram o rastreamento num dia intermédio da sua estada, embora pouco mais de metade tenha realizado a visita sozinho. Para se orientar, utilizaram os típicos **mapas da cidade** (67%) diferenciando-se sobretudo pela utilização de **aplicações de smartphone** (56%) e por terem outros viajantes (56%) como principal fonte de informação sobre o destino. A sequência de movimentos e a duração média de permanência em cada freguesia revela uma maior dispersão pela cidade, embora 64.1% do total de tempo médio gasto na visita à cidade esteja concentrado nas **freguesias de Santo Ildefonso e de Vitória** onde visitaram edifícios, monumentos e outras atrações localizadas no centro histórico classificado pela UNESCO (56%) com destaque para a conhecida ponte D. Luís I (33%).

O **subgrupo A.2.2** é constituído maioritariamente por *Flashpackers* (50%) e *backpackers* de longa duração (30%) apresentando a **segunda maior média de idades** (M=28.5 anos) e a **segunda maior estada** com uma média de 5 noites no Porto. Apesar de todos terem caminhado pela cidade, os **transportes públicos** (50%) foram bastante utilizados. Os principais processos de orientação foram os tradicionais **mapas** (70%) com especial destaque para os **marcos da paisagem urbana** (50%) e a principal fonte

de informação sobre a visita ao Porto foram os tradicionais **livros-guias de viagem** (70%) e **outros viajantes** (50%). O orçamento temporal gasto no dia de visita à cidade concentra-se fortemente nas freguesias de **Massarelos** (39.1%) e de **Cedofeita** (33.6%) havendo ainda algumas incursões, mais ou menos longas, nas freguesias de Santo Ildefonso e Miragaia justificando a maior incidência na utilização de transportes públicos. A grande amplitude de idades dos elementos deste grupo reflete-se na grande diversidade de atrações visitadas com maior incidência nos **monumentos e edifícios históricos (30%) localizados fora do centro histórico** classificado pela UNESCO: mercado do Bom Sucesso, igreja Românica de Cedofeita, avenida dos Aliados, Câmara Municipal, mercado do Bolhão, Casa da Música, rua Miguel Bombarda, conhecida pela concentração de galerias de arte, jardins do Palácio de Cristal, entre outros.

Na tipologia de *backpackers* e na média de idades dos mesmos, o **subgrupo A.2.3** assemelha-se ao subgrupo anterior, distinguindo-se dos restantes pela **duração média da estada: 5.3 noites**. A maior parte destes turistas utilizou **marcos da paisagem urbana** (57%) para se orientar durante o dia de visita em que realizou o rastreamento e tem como principal característica distintiva o facto de **não terem recorrido a quaisquer fontes de informação antes** de terem realizado a visita à cidade o que poderá justificar-se por terem feito a visita num dia intermédio da sua estada e por terem visitado lugares fora da cidade, alguns deles acompanhados por guias turísticos. A sequência de movimentos e duração média de permanência em cada freguesia efetuados por este subgrupo revelou a existência de um padrão de visita bastante peculiar, marcado pela sua **grande amplitude territorial**: os turistas deste subgrupo passaram a maior parte do seu tempo de visita (57.5%) **noutras freguesias pertencentes a outros concelhos**, como por exemplo Matosinhos, Vila Nova de Gaia, Aveiro, Alijó, entre outros, sendo por isso, o **subgrupo que mais se distancia do centro urbano** do Porto. A maior duração média da estada pode estar relacionada com esta situação uma vez que os turistas com maiores orçamentos temporais poderão estar dispostos a despende mais tempo a visitar lugares mais distantes do seu alojamento. As **atrações visitadas foram também muito diversificadas**: no Porto, salienta-se a avenida dos Aliados, a estação de S. Bento, Clérigos, rua comercial de Santa Catarina, mercado do Bolhão, entre outros; fora da área urbana do Porto, destaca-se o vale do Douro, Quintas produtoras de vinho do Porto (Peso da Régua e Pinhão), a cidade de Aveiro, área litoral de Matosinhos e de Vila Nova de Gaia.

Quadro 60. Características dominantes dos subgrupos obtidos no alinhamento sequencial

Grupo/ Subgrupo	Tipologia de backpackers	Características pessoais				Características da viagem				Características do dia de visita				
		Idade	Instrução	Rendimentos anuais (€)	Gastos médios diários (€)	Estada média (noites)	Tipologia de viagem	Conhecimento prévio do destino	Dia da Estada	Tipologia da visita	Deslocação	Orientação	Tipologia de atração visitada	Fontes de informação
A.1.1	Curta duração (45%) Longa duração (27%)	18-35 (M=25.8)	Ensino Superior (82%)	>20 mil (46%)	34-210 (M=83.3)	2.9	Viagem multidestino internacional (55%) Viagem multidestino exclusivamente nacional (45%)	Nenhum (73%)	Intermédio (73%)	Sozinho (73%)	Caminhar (100%)	Mapa (64%)	Centro Histórico UNESCO (55%) Pontes (55%)	Livros Guias de viagem (36%) Outros viajantes (36%)
A.1.2	Longa duração (38%) Nómadas Globais (38%)	19-38 (M=25)	Ensino Superior (75%)	<7 mil (50%)	47-180 (M=96.2)	3.9	Viagem multidestino internacional (88%)	Nenhum (63%)	Intermédio (63%) 1º dia (38%)	Acompanhado (75%)	Caminhar (88%)	Mapa (63%) Pedidos de informação (25%)	Monumentos e Edifícios históricos (50%) Igrejas (50%)	Família e amigos (25%)
A.2.1	Nómadas Globais (44%) Longa duração (22%)	18-29 (M=23.1)	Ensino Superior (78%)	>20 mil (44%)	10-125 (M=78)	4.4	Viagem multidestino internacional (55%) Viagem exclusiva ao Porto (33%)	Nenhum (78%)	Intermédio (100%)	Sozinho (55%)	Caminhar (100%)	Mapas (67%) Apps (56%)	Centro Histórico UNESCO (56%) Pontes (33%)	Outros viajantes (56%)
A.2.2	Flashpackers (50%) Longa duração (30%)	18-45 (M=28.5)	Ensino Superior (80%)	>20 mil (40%) <14 mil (30%)	37-153 (M=91.7)	5	Viagem multidestino internacional (60%) Viagem exclusiva ao Porto (30%)	Nenhum (80%)	Intermédio (70%)	Sozinho (50%)	Caminhar (100%) Transportes públicos (50%)	Mapas (70%) Marcos da paisagem urbana (50%)	Monumentos e Edifícios Históricos (30%)	Livros Guias de viagem (70%) Outros viajantes (50%)
A.2.3	Flashpackers (43%) Longa duração (29%)	19-35 (M=28.1)	Ensino Superior (86%)	>14 mil (57%)	62-155 (M=103.4)	5.3	Viagem multidestino internacional (57%)	Nenhum (71%)	Intermédio (86%)	Acompanhado (57%)	Caminhar (71%)	Marcos da paisagem urbana (57%) Mapas (43%)	Diversificado	Não recorreram a quaisquer fontes de informação
A.2.4	Flashpackers (37.5%) Longa duração (37.5%)	19-34 (M=26.1)	Ensino Superior (87.5%)	>20 mil (50%)	73-183 (M=111.8)	4.4	Viagem multidestino internacional (50%) Viagem exclusiva ao Porto (37.5%)	Nenhum (87.5%)	Intermédio (50%) 1º dia (37.5%)	Acompanhado (62.5%)	Caminhar (100%) Transportes públicos (37.5%)	Mapas (87.5%)	Monumentos e Edifícios Históricos (50%) Praia (25%)	Motores de pesquisa online (50%) Livros Guias de viagem (38%)

Quadro 60 (continuação). Características dominantes dos subgrupos obtidos no alinhamento sequencial

Grupo/ Subgrupo	Tipologia de <i>backpackers</i>	Características pessoais				Características da viagem				Características do dia de visita				
		Idade	Instrução	Rendimentos anuais (€)	Gastos médios diários (€)	Estada média (noites)	Tipologia de viagem	Conhecimento prévio do destino	Dia da Estada	Tipologia da visita	Deslocação	Orientação	Tipologia de atração visitada	Fontes de informação
A.3.1	<i>Flashpackers</i> (43%)	24-34 (M=28.3)	Ensino Superior (100%) Mestrado e PhD (43%)	>20 mil (60%)	52-115 (M=85.3)	2.7	Viagem multideestino internacional (57%)	Nenhum (57%)	1º dia (43%)	Sozinho (57%)	Caminhar (100%)	Mapas (43%)	Centro Histórico UNESCO (43%) Miradouros (29%)	Outros viajantes (43%) Motores de pesquisa online (43%)
A.3.2	Longa duração (25%) Curta duração (25%)	18-32 (M=26)	Ensino Superior (75%)	<14 mil (38%) >30 mil (25%)	34-115 (M=63.4)	4.3	Viagem multideestino internacional (63%)	Nenhum (75%)	Último (50%) Intermédio (38%)	Sozinho (50%)	Caminhar (100%)	Mapas (75%)	Centro Histórico UNESCO (50%)	Livros Guias de viagem (38%) Motores de pesquisa online (38%)
A.4	Longa duração (43%)	20-34 (M=24.7)	Ensino Superior (72%) Ensino sec. (28%)	>20 mil (42%) <3 mil (42%)	17-190 (M=89.4)	3.6	Viagem multideestino internacional (43%)	Nenhum (71%)	Intermédio (71%)	Acompa nhado (86%)	Caminhar (100%) Transporte s públicos (29%)	Mapas (57%)	Centro Histórico UNESCO (57%) Miradouros (29%)	Outros viajantes (71%) Brochuras (57%)
B	Longa duração (40%) <i>Flashpackers</i> (40%)	21-47 (M=30.6)	Ensino Superior (100%)	>20 mil (50%)	72-181 (M=119)	2.4	Viagem multideestino internacional (80%)	Nenhum (100%)	Intermédio (40%) Último (40%)	Acompa nhado (60%)	Caminhar (80%)	Apps (80%) Mapas (60%)	Centro Histórico UNESCO (40%) Monumentos e Edifícios Históricos (40%)	Livros Guias de viagem (40%)

Fonte: Construção própria.

O **subgrupo A.2.4**, constituído, na sua maioria, por *Flashpackers* (37.5%) e *backpackers* de longa duração (37.5%) com uma **média de idades de 26 anos**, também se distingue pela sua **grande amplitude territorial**, dispersando-se por várias freguesias, nomeadamente **Santo Ildefonso** (37.3%) e **outras** (30.7%) **freguesias de concelhos vizinhos**. Se metade dos elementos deste subgrupo estava a realizar uma **viagem multidestino internacional** (50%), salienta-se o facto de 37.5% ter estado a fazer uma **viagem exclusiva ao Porto** (37.5%). Para a maioria o dia de visita coincidiu com um dia intermédio (50%) e 37.5% realizaram a visita no primeiro dia em que chegaram ao Porto. A dispersão territorial coincide com a grande utilização de **transportes públicos** (37.5%) e ainda com a visita às praias de Gaia ou de Matosinhos (25%). Os que optaram por visitar **monumentos e Edifícios Históricos** (50%) realizaram percursos que lhes permitiu visitar um conjunto diversificado de atrações: igreja Românica, Ribeira do Porto, ponte D. Luís, rua de Santa Catarina, praça da Batalha, teatro Nacional S. João, mercado do Bolhão, igreja de Nossa Senhora da Lapa, estação de São Bento, Sé, entre outros. Este subgrupo gastou uma parte importante do seu orçamento temporal da **visita em áreas comerciais**, como por exemplo o centro comercial *El Corte Inglés*, em Vila Nova de Gaia. Os típicos **mapas da cidade** foram o processo de orientação mais utilizado (88%), enquanto os motores de pesquisa *online*, como o Google (50%), e os **livros guias de viagem** (38%) foram os mais utilizados para pesquisar informações sobre o destino.

Uma das **estadas mais curtas** pertence ao **subgrupo A.3.1** com uma média de 2.7 noites. Trata-se de um subgrupo bastante homogéneo no que respeita às habilitações académicas pois **todos frequentaram o Ensino Superior** e quase metade (43%) têm mesmo Mestrado ou Doutoramento. As suas qualificações refletem-se por isso nos **rendimentos anuais mais elevados**: 60% dos elementos deste subgrupo obtêm rendimentos anuais superiores a 20 mil Euros. Outra importante característica distintiva diz respeito ao conhecimento prévio do destino com 57% dos *backpackers* a referirem que **nunca tinham visitado o Porto** – o valor mais baixo de todos os subgrupos e ainda o facto de 43% ter feito a visita no primeiro dia da estada. Um maior conhecimento do destino poderá justificar a mais **baixa utilização de mapas da cidade** durante a visita. O orçamento temporal do dia de visita à cidade concentra-se fortemente na freguesia de **Vitória** (67.4%) e **São Nicolau** (18.2%) pelo que as atrações mais visitadas localizaram-se no **centro histórico classificado pela UNESCO**: visitam o exterior do Mercado Ferreira Borges, Palácio da Bolsa, Casa do Infante, Torre Medieval e toda zona Ribeirinha até à ponte D. Luís, igreja e torre dos Clérigos, capela de nossa Senhora da

Silva, Praça dos Leões, igreja das Carmelitas e igreja do Carmo, Praça Carlos Alberto e rua Cândido dos Reis junto à rua Galerias de Paris. Destacam-se ainda os miradouros.

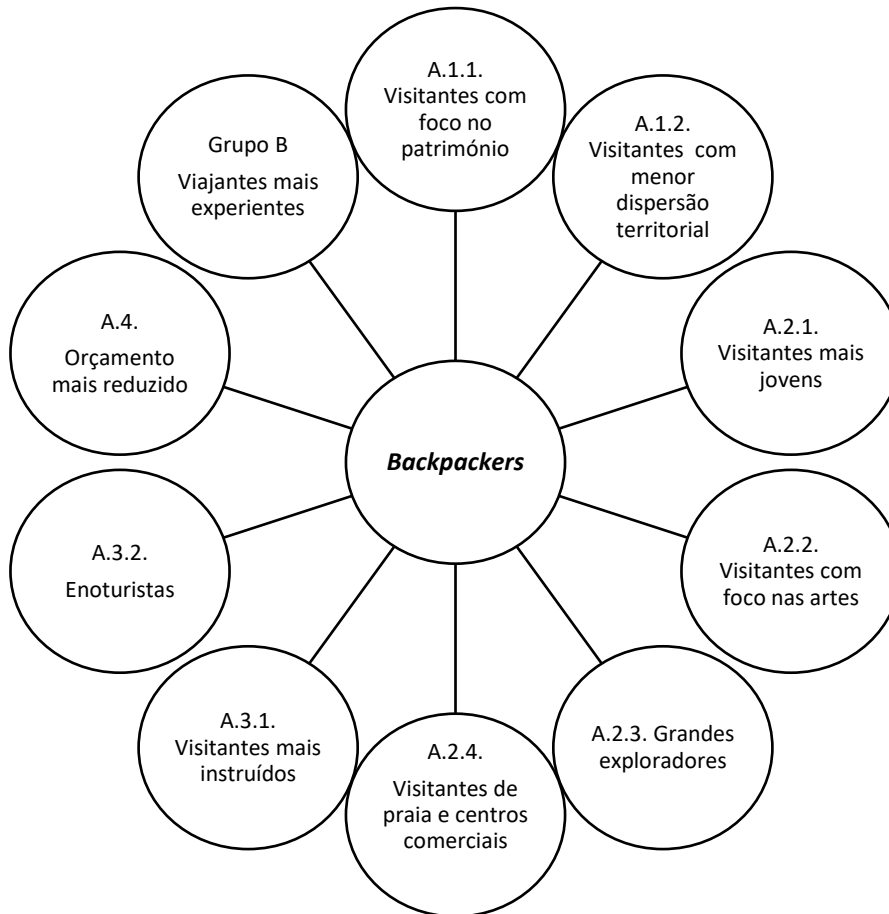
O **subgrupo A.3.2** é constituído por turistas que afirmaram **gastar em média 63.4 Euros por dia - o valor mais reduzido** de todos os subgrupos -, 50% dos seus elementos participaram nesta investigação no último dia da estada, concentrando na freguesia de Santa Marinha (Vila Nova de Gaia), junto às conhecidas **caves de Vinho do Porto**, a maioria do tempo despendido no dia de visita. As atrações mais visitadas são a Casa do Infante, o mercado Ferreira Borges, Feitoria Inglesa e pilares da Ponte Pênsil, ponte D. Luís, caves do vinho do Porto e teleférico até ao jardim do Morro, nas proximidades da rua da República (Vila Nova de Gaia).

Os *backpackers* do **subgrupo A.4** têm o nível de instrução **mais baixo** uma vez que 28% têm apenas o ensino secundário refletindo-se nos **baixos rendimentos anuais** apresentados, pois 42% referiram auferir anualmente menos de 3 mil Euros. Fizeram a visita **acompanhados** (86%), **caminhando** pela cidade (100%), embora alguns também tenham utilizado transportes públicos (29%). Na preparação da visita utilizaram **brochuras** (57%), provavelmente de caves do vinho do Porto mas socorreram-se sobretudo de **outros viajantes** (71%). Os territórios visitados são os mesmos que os do subgrupo anterior com diferenças significativas ao nível do tempo despendido em cada um desses territórios, já que a maior parte do tempo total da visita (66,5%) é gasto na freguesia de **São Nicolau** com uma pequena incursão na ribeira de Gaia (freguesia de Santa Marinha) onde despendem apenas 9,1% do tempo total. As atrações localizadas no centro histórico classificado pela UNESCO (57%) e os Miradouros (29%) estão entre as preferidas. Note-se que a maior parte do tempo de visita é despendido em caminhadas com pausas mais ou menos prolongadas nas margens do rio Douro.

O **grupo B** é constituído por **viajantes experientes** com uma **média de idades de 30.6** anos – a mais elevada de todos os subgrupos analisados. Todos possuem **habilitações académicas superiores** o que lhes permite auferir de rendimentos anuais mais elevados e conseqüentemente, **gastarem em média 119 Euros por dia**. Não obstante, têm também a **duração média da estada mais curta**, de apenas 2.4 noites. Quase todos se encontravam a fazer uma **viagem multidestino internacional** (80%) tendo participado neste estudo num dia intermédio (40%) ou no último dia da estada (40%). Na preparação da visita socorreram-se sobretudo de **livros guias de viagem** (40%). Apesar de terem utilizado os tradicionais **mapas da cidade**, foi o subgrupo que mais utilizou **aplicações de smartphone** como processo de orientação durante a visita ao centro histórico classificado pela UNESCO (40%) e aos monumentos e edifícios

históricos (40%) da cidade. Em termos espaciais, têm um padrão de visita muito parecido com o subgrupo A.4, no entanto, do ponto de vista temporal, a maior parte do tempo despendido ocorreu na freguesia de **Santo Ildefonso** (61.7%): ruas de Bruno Sampaio, Sá da Bandeira, Santa Catarina, 31 de Janeiro, mercado do Bolhão. Visitaram ainda a Praça da Liberdade, Estação de São Bento, rua Mouzinho da Silveira e das Flores, jardim Infante D. Henrique, Palácio da Bolsa, Mercado da Ribeira, Casa do Infante, entre outros. Caminham também pela margem do rio até aos pilares da Ponte Pênsil.

O alinhamento sequencial múltiplo realizado com o *software* ClustalG, permitiu assim encontrar, com sucesso, dez grupos/*clusters* de turistas *backpackers* com padrões de comportamento espaciotemporal distintos, que podem ser observados no seguinte esquema síntese.



Fonte: Construção própria.

Figura 57. Clusters/subgrupos resultantes do alinhamento sequencial múltiplo.

Segue-se um pequeno resumo das principais características distintivas dos *clusters* encontrados através do alinhamento sequencial: os *backpackers* do **Subgrupo A1.1**,

denominados “visitantes com foco no património” concentram a sua visita em 4 freguesias, com predominância na freguesia da Sé onde despenderam 59.4% do tempo total da visita, procurando algumas das principais atrações da cidade localizadas na área classificada como Património da Humanidade.

A sequência de movimentos efetuado pelo **subgrupo A.1.2** (visitantes com menor dispersão territorial) e a duração média de permanência em cada freguesia revelou uma reduzida dispersão territorial limitada essencialmente a duas freguesias: a freguesia da Sé e a freguesia de Santo Ildefonso, onde passaram 89.5% do tempo dedicado à visita.

O **subgrupo A.2.1** (visitantes mais jovens) distingue-se dos restantes subgrupos por ser o mais jovem, com idades compreendidas entre os 18 e 29 anos e com uma média de idades de apenas 23 anos.

O **subgrupo A.2.2** (visitantes com foco nas artes) concentra fortemente o tempo dedicado à sua visita nas freguesias de Massarelos (39.1%) e de Cedofeita (33.6%). Uma característica específica da visita efetuada por este subgrupo é, sem dúvida, a não preferência pelo Centro Histórico classificado pela UNESCO, nomeadamente as áreas ribeirinhas da cidade, habitualmente muito procuradas por quem visita a cidade, preferindo visitar atrações, fora do centro histórico, como o mercado do Bom Sucesso, a igreja Românica de Cedofeita, a Casa da Música e a rua Miguel Bombarda, conhecida pela concentração de galerias de arte, os jardins do Palácio de Cristal, entre outros.

O **subgrupo A.2.3** (grandes exploradores) revela a existência de um padrão de visita bastante peculiar, marcado pelo facto dos turistas deste subgrupo passarem a maior parte do seu tempo de visita (57.5%) em outras freguesias pertencentes a outros concelhos, como por exemplo, Matosinhos, Vila Nova de Gaia, Aveiro, Alijó, entre outros.

Os percursos realizados pelo **subgrupo A.2.4** (visitantes com foco na praia e centros comerciais) também se distinguem pela sua grande amplitude territorial encontram-se dispersos por cinco freguesias, embora a maior parte do tempo de visita esteja distribuído pelas freguesias de Santo Ildefonso (37.3%) e outras (30.7%) não pertencentes ao concelho do Porto. Além das praias, uma parte importante do seu orçamento temporal foi utilizado na visita a áreas comerciais.

O orçamento temporal do **subgrupo A.3.1** (visitantes mais instruídos) concentra-se fortemente na freguesia de Vitória (67.4%), encontrando-se o restante tempo de visita distribuído por São Nicolau (18.2%) e pelas freguesias de Santo Ildefonso (10%) e Sé (4,3%) onde são feitas pequenas incursões.

A sequência de movimentos e duração média de permanência em cada freguesia efetuados pelo **subgrupo A.3.2** (enoturistas) revela um padrão de comportamento que se diferencia dos restantes pelo facto da maioria do tempo despendido na visita se concentrar na freguesia de Santa Marinha (Vila Nova de Gaia), junto às conhecidas caves de Vinho do Porto. Trata-se de um padrão distinto que reflete o interesse pela história do vinho do Porto.

O **subgrupo A.4** (orçamento mais reduzido) distingue-se pelos baixos rendimentos anuais e pelas habilitações académicas ao nível do ensino secundário a atingirem o seu valor mais elevado (28%). As atrações visitadas e atividades realizadas por este subgrupo concentra-se na área da Ribeira do Porto e ainda na visita de alguns miradouros. A maior parte do tempo de visita é despendido em caminhadas com pausas mais ou menos prolongadas nas margens do rio Douro.

O padrão de visita do **grupo B** (viajantes mais experientes) é constituído por viajantes experientes com uma média de idades de 30.6 anos – a mais elevada de todos os subgrupos analisados - e têm a duração média da estada mais curta, de apenas 2.4 noites. Todos possuem habilitações académicas superiores, rendimentos anuais mais elevados e apresentam gastos médios diários da ordem dos 119 Euros por dia.

8.3.4. Análise estatística descritiva dos movimentos efetuados

Nos quadros seguintes é apresentada a caracterização dos percursos dos 82 visitantes com dados relativos aos seus rastreamentos. Antes de proceder à sua análise é importante salientar que:

- Apesar do concelho do Porto ter uma área de 41.42 km² a maior parte do orçamento temporal dedicado às visitas foi despendido no território de apenas cinco antigas freguesias – Sé, Santo Ildefonso, São Nicolau, Vitória e Santa Marinha (Vila Nova de Gaia) – que em conjunto não ocupam mais do que 8.28km², ou seja, 17.4% da área total do concelho e onde se incluiu a freguesia de Santa Marinha (Vila Nova de Gaia);
- A maior parte das atrações das tipologias “monumentos e edifícios históricos”, “miradouros”, “igrejas”, “caves de vinho do Porto” ou a ponte D. Luís, estão concentradas nessas mesmas freguesias, que excetuando a freguesia de Santa Marinha, correspondem quase à totalidade do centro histórico classificado pela UNESCO;

- Os percursos a pé, efetuados ao longo destas freguesias, podem ser dificultados pela orografia que obriga os visitantes a caminhar por lugares com diferenças altimétricas mais ou menos significativas.

Devido à grande concentração da maior parte das principais atrações, não é necessário percorrer distâncias muito longas nem despende de orçamentos temporais muito grandes para visitar a cidade do Porto. Este facto vai refletir-se de forma bastante evidente nos resultados obtidos nos rastreamentos GPS onde, em média, a duração das visitas foi de 296.53 minutos (aproximadamente 4.9 horas) tendo-se registado uma mediana de 246.3 minutos (4.1 horas); durante esse tempo, os visitantes permaneceram em movimento, em média, durante 134.86 minutos e parados durante uma média 161.67 minutos.

A distância média percorrida foi de 16.10 quilómetros, bastante inflacionada por alguns valores extremos registados pelos turistas *backpackers* que visitaram o vale do Douro, Aveiro e outros concelhos vizinhos, pelo que a mediana da distância média percorrida desce consideravelmente para 5.5 quilómetros e o 3ºquartil para 10.8 quilómetros. Como a utilização de transportes públicos ou particulares não foi muito elevada, a velocidade média dos percursos rastreados foi de 2.84 quilómetros por hora e a mediana de 1.85 quilómetros por hora. A velocidade média em movimento foi de 6.04 quilómetros por hora.

Quadro 61. Caracterização dos percursos – variáveis contínuas.

Variáveis	N	Min.	1ºQ	Mediana	3ºQ	Max.	Média	DP	Skewness	Kurtosis
Distância percorrida (km)	82	0.69	3.73	5.46	10.81	260.10	16.10	41.61	5.30	28.83
Duração da visita (min)	82	7.83	119.63	246.33	407.18	1004.0	296.53	222.86	1.18	1.10
Tempo em movimento (min)	82	7.03	51.90	96.73	158.08	816.12	134.86	128.99	2.83	10.56
Tempo parado (min)	82	0.00	46.71	123.08	252.75	713.63	161.67	154.03	1.47	2.44
% tempo em movimento	82	14.85	34.38	45.76	68.55	100.00	51.10	23.72	0.47	-0.77
Afastamento máx. ao alojamento (km)	82	0.22	1.08	1.51	2.20	120.77	6.07	20.09	5.20	26.94
Velocidade média (Km/h)	82	0.31	1.16	1.85	3.14	20.60	2.84	3.27	3.72	16.56
Velocidade média em deslocação (Km/h)	60	2.80	3.60	4.20	5.55	44.30	6.04	7.31	4.82	23.44
Diferenças de altitude (m)	82	2.00	68.00	85.50	96.00	781.00	96.35	112.91	5.59	32.76
Subida acumulada (m)	82	5.00	99.00	142.00	220.00	6138.0	347.87	942.09	5.79	34.03

Fonte: Construção própria.

O afastamento máximo ao alojamento variou de 220 metros a 120 quilómetros, apresentando uma média de 6.07 quilómetros. Metade dos turistas rastreados não se afastaram mais do que 1.51 quilómetros do seu alojamento e o valor do 3ºquartil (2.2

quilómetros) reflete a reduzida dispersão territorial da maior parte dos *backpackers* que participaram nesta investigação, confinada sobretudo à área das freguesias classificadas pela UNESCO. A média das diferenças de altitudes foi de 96.35 metros e a subida média acumulada de 347.87 metros (Quadro 61). A maioria dos percursos foram complexos (82.9%) e foram realizados num dia intermédio da visita (63.4%) como se pode observar no quadro 62.

Quadro 62. Caracterização dos percursos – variáveis categóricas.

Variáveis	Categorias	N	Min.
Forma geométrica do percurso (N = 82)	Ida e volta	7	8.5%
	Circular	7	8.5%
	Complexo	68	82.9%
Dia da estada (N = 82)	1º dia	16	19,5%
	Intermédio	52	63,4%
	Último dia	14	17,1%

Fonte: Construção própria.

Relativamente à distância ao país de origem, na maioria dos casos tratou-se de visitas *short haul* (67.1%). Metade dos visitantes estavam em viagem multidestino internacional (50.0%), existindo 26.8% em viagem multidestino nacional e 23.2% cujo Porto era o destino único da sua viagem (Quadro 63).

Quadro 63. Caracterização relativamente à distância ao país e tipologia de viagem.

Variáveis	Categorias	N	Min.
Distância ao país (N = 82)	Short Haul	55	67.1%
	Long Haul	27	32.9%
Tipologia de Viagem (N = 82)	Porto como destino único	19	23.2%
	Viagem multidestino nacional	22	26.8%
	Viagem multidestino internacional	41	50.0%

Fonte: Construção própria.

8.3.5. Análise estatística bivariada

Procede-se agora ao estudo da relação entre um conjunto de variáveis referentes às características dos turistas e às características da visita ao Porto com o seu comportamento espaciotemporal durante um dia de visita à cidade. Foram ainda analisadas algumas características relativas à viagem com o intuito de averiguar se existe alguma associação significativa com o comportamento espaciotemporal dos *backpackers*. Apesar de se apresentarem todos os resultados obtidos, apenas se salientam as associações estatisticamente significativas: quando o valor de significância for inferior a 0.05 ($p < 0.05$), embora também se tenham destacados os casos, que

embora apresentem significância estatística ao nível de 10% ($p < 0.10$), se encontram em linha com os resultados publicados na literatura científica de referência.

8.3.5.1 Características sociodemográficas dos turistas

No que diz respeito à *idade*, os turistas que realizaram o rastreamento têm entre 18 e 47 anos e uma média de 26.6 anos, valor relativamente baixo, como seria de esperar em estudos sobre o segmento *backpacker*. Note-se que metade dos participantes têm menos de 25 anos. Por conseguinte, não se esperavam obter associações significativas entre as idades dos participantes e o seu comportamento espaciotemporal.

Quadro 64. Relação da idade com o comportamento espaciotemporal.

Variáveis		Idade	<i>p</i>
Distância percorrida (N = 82)		R = 0.003	0.982 ⁽¹⁾
Duração da visita (N = 82)		R = 0.046	0.685 ⁽¹⁾
Tempo em movimento (N = 82)		R = -0.073	0.513 ⁽¹⁾
Afastamento máx. alojamento (N = 82)		R = 0.058	0.606 ⁽¹⁾
Velocidade média (N = 82)		R = -0.101	0.365 ⁽¹⁾
Diferenças de altitude (N = 82)		R = 0.186	0.095 ⁽¹⁾
Forma geométrica do percurso			
Ida e volta (n = 7)		Md = 25.00, M = 28.14, DP = 6.20	0.603 ⁽³⁾
Circular (n = 7)		Md = 23.00, M = 25.57, DP = 5.16	
Complexo (n = 68)		Md = 25.00, M = 26.49, DP = 6.42	
Número atrações visitadas (N = 82)		R = 0.030	0.787 ⁽¹⁾
Número atividades realizadas (N = 82)		R = 0.068	0.542 ⁽¹⁾
Desorientação			
Não se perdeu (n = 64)		Md = 25.00, M = 26.25, DP = 5.65	0.822 ⁽²⁾
Perdeu-se (n = 13)		Md = 29.00, M = 27.46, DP = 7.80	
Processos de orientação			
Mapas	Não (n = 27)	Md = 25.00, M = 26.89, DP = 7.30	0.911 ⁽²⁾
	Sim (n = 50)	Md = 25.00, M = 26.22, DP = 5.27	
Marcos na paisagem urbana (edifícios...)	Não (n = 35)	Md = 25.00, M = 25.94, DP = 5.10	0.701 ⁽²⁾
	Sim (n = 42)	Md = 26.00, M = 26.88, DP = 6.72	
App Smartphone	Não (n = 44)	Md = 25.00, M = 26.57, DP = 5.85	0.865 ⁽²⁾
	Sim (n = 33)	Md = 25.00, M = 26.30, DP = 6.33	
Sinalização urbana	Não (n = 58)	Md = 25.00, M = 26.93, DP = 6.26	0.273 ⁽²⁾
	Sim (n = 19)	Md = 24.00, M = 25.00, DP = 5.08	
GPS (automóvel/portátil)	Não (n = 60)	Md = 24.00, M = 26.05, DP = 5.97	0.212 ⁽²⁾
	Sim (n = 17)	Md = 26.00, M = 27.88, DP = 6.16	
Pedidos de informação a residentes	Não (n = 62)	Md = 25.00, M = 26.35, DP = 6.10	0.597 ⁽²⁾
	Sim (n = 15)	Md = 26.00, M = 26.87, DP = 5.87	
Meios de transporte			
Caminhar	Não (n = 4)	Md = 23.50, M = 26.50, DP = 7.85	0.782 ⁽²⁾
	Sim (n = 73)	Md = 25.00, M = 26.45, DP = 5.97	
Transporte público	Não (n = 59)	Md = 24.00, M = 25.59, DP = 5.60	0.024 ⁽²⁾
	Sim (n = 19)	Md = 28.00, M = 29.11, DP = 6.62	
Transporte comercial/turístico	Não (n = 68)	Md = 25.00, M = 26.51, DP = 6.05	0.691 ⁽²⁾
	Sim (n = 9)	Md = 22.00, M = 26.00, DP = 6.14	
Automóvel próprio/alugado	Não (n = 74)	Md = 25.00, M = 26.30, DP = 6.07	0.144 ⁽²⁾
	Sim (n = 3)	Md = 29.00, M = 30.33, DP = 3.21	

R – Coeficiente de Correlação de Spearman; Md – Mediana; M – Média; DP – Desvio-padrão.

⁽¹⁾ valor de significância do Coeficiente de Correlação de Spearman; ⁽²⁾ valor de significância do Teste de Mann-Whitney;

⁽³⁾ valor de significância do Teste de Kruskal-Wallis.

Fonte: Construção própria.

Xia *et al.* (2010) demonstrou que os jovens visitantes internacionais preferem viajar em grupos organizados e em tours de autocarro, enquanto Caldeira (2014) verificou que em Lisboa, os turistas mais velhos utilizaram com mais frequência o transporte comercial/turístico. Nesta investigação o estudo da associação dos dados dos percursos com a idade dos visitantes identificou, contudo, uma relação estatisticamente significativa com a utilização do transporte público ($p = 0.024$): os *backpackers* que utilizaram o transporte público são mais velhos do que os que não utilizaram.

Quadro 65. Relação da distância ao país de origem com o comportamento espaciotemporal.

Variáveis	Distância ao país de origem		p
	Short Haul (N = 55)	Long Haul (N = 27)	
Distância percorrida (km)	Md = 5.13 M = 10.43, DP = 17.72	Md = 6.76 M = 27.66, DP = 67.34	0.175 ⁽¹⁾
Duração da visita (min)	Md = 198.20 M = 268.79, DP = 213.99	Md = 334.07 M = 353.05, DP = 233.84	0.068 ⁽¹⁾
Tempo em movimento (min)	Md = 88.08 M = 110.52, DP = 97.37	Md = 132.53 M = 184.43, DP = 168.34	0.024 ⁽¹⁾
Afastamento máx. alojamento (km)	Md = 1.42 M = 3.79, DP = 10.20	Md = 1.66 M = 10.72, DP = 31.74	0.307 ⁽¹⁾
Velocidade média (km/h)	Md = 1.85 M = 2.53, DP = 1.99	Md = 1.86 M = 3.46, DP = 4.95	0.719 ⁽¹⁾
Diferenças de altitude (m)	Md = 83.00 M = 79.51, DP = 31.67	Md = 90.00 M = 130.67, DP = 189.24	0.364 ⁽¹⁾
Forma geométrica do percurso			
Ida e volta	9.1% (n = 5)	7.4% (n = 2)	0.182 ⁽²⁾
Circular	12.7% (n = 7)	0.0% (n = 0)	
Complexo	78.2% (n = 43)	92.6% (n = 25)	
Número atrações visitadas	Md = 3.00 M = 3.64, DP = 1.35	Md = 4.00 M = 4.44, DP = 2.12	0.097 ⁽¹⁾
Número atividades realizadas	Md = 3.00 M = 2.91, DP = 0.93	Md = 3.00 M = 3.22, DP = 0.93	0.120 ⁽¹⁾
Desorientação			
Não se perdeu	80.8% (n = 42)	88.0% (n = 22)	0.428 ⁽²⁾
Perdeu-se	19.2% (n = 10)	12.0% (n = 3)	
Processos de orientação			
	N = 52	N = 25	
Mapas	71.2% (n = 37)	52.0% (n = 13)	0.099 ⁽²⁾
Marcos na paisagem urbana (edifícios...)	48.1% (n = 25)	68.0% (n = 17)	0.100 ⁽²⁾
App Smartphone	46.2% (n = 24)	36.0% (n = 9)	0.399 ⁽²⁾
Sinalização urbana	26.9% (n = 14)	20.0% (n = 5)	0.509 ⁽²⁾
GPS (automóvel/portátil)	21.2% (n = 11)	24.0% (n = 6)	0.778 ⁽²⁾
Pedidos de informação a residentes	21.2% (n = 11)	16.0% (n = 4)	0.593 ⁽²⁾
Meios de transporte			
	N = 52	N = 25	
Caminhar	94.2% (n = 49)	96.0% (n = 24)	0.743 ⁽²⁾
Transporte público	21.2% (n = 11)	32.0% (n = 8)	0.398 ⁽²⁾
Transporte comercial/turístico	13.5% (n = 7)	8.0% (n = 2)	0.485 ⁽²⁾
Automóvel próprio/alugado	3.8% (n = 2)	4.0% (n = 1)	0.974 ⁽²⁾

Md – Mediana; M – Média; DP – Desvio-padrão.

⁽¹⁾ valor de significância do Teste de Mann-Whitney; ⁽²⁾ valor de significância do Teste Exato de Fisher.

Fonte: Construção própria.

Na investigação realizada por Caldeira (2014, pp. 285-286) e Caldeira & Kastenzholz (2015) no destino urbano Lisboa, foram encontradas algumas associações significativas entre a distância ao país de origem e o transporte comercial/turístico, o número de atividades realizadas pelos turistas, e a tipologia de atrações e de atividades realizadas.

Quadro 66. Relação do rendimento anual com o comportamento espaciotemporal.

Variáveis	Rendimento anual			p
	< 7000 Euros (N = 15)	7001-20000 Euros (N = 16)	> 20000 Euros (N = 33)	
Distância percorrida (km)	Md = 4.20 M = 8.48, DP = 7.64	Md = 5.86 M = 26.16, DP = 63.29	Md = 6.13 M = 15.85, DP = 44.56	0.831 ⁽¹⁾
Duração da visita (min)	Md = 201.88 M = 250.38, DP = 161.54	Md = 232.58 M = 282.30, DP = 186.07	Md = 232.82 M = 316.34, DP = 268.05	0.886 ⁽¹⁾
Tempo em movimento (min)	Md = 78.33 M = 156.39, DP = 137.09	Md = 135.22 M = 129.35, DP = 86.00	Md = 90.05 M = 121.05, DP = 140.46	0.646 ⁽¹⁾
Afastamento máx. alojamento (km)	Md = 1.25 M = 2.04, DP = 2.93	Md = 1.81 M = 9.99, DP = 29.64	Md = 1.55 M = 5.91, DP = 20.78	0.377 ⁽¹⁾
Velocidade média (km/h)	Md = 1.70 M = 2.02, DP = 0.94	Md = 2.66 M = 3.58, DP = 4.74	Md = 1.68 M = 2.94, DP = 3.55	0.553 ⁽¹⁾
Diferenças de altitude (m)	Md = 77.00 M = 74.40, DP = 24.36	Md = 88.00 M = 127.69, DP = 177.74	Md = 90.00 M = 102.45, DP = 125.76	0.531 ⁽¹⁾
Forma geométrica do percurso				
Ida e volta	6.7% (n = 1)	6.3% (n = 1)	12.1% (n = 4)	0.677 ⁽²⁾
Circular	20.0% (n = 3)	6.3% (n = 1)	6.1% (n = 2)	
Complexo	73.3% (n = 11)	87.5% (n = 14)	81.8% (n = 27)	
Número atrações visitadas	Md = 3.00 M = 3.40, DP = 1.80	Md = 4.00 M = 3.81, DP = 1.76	Md = 3.00 M = 3.76, DP = 1.20	0.595 ⁽¹⁾
Número atividades realizadas	Md = 3.00 M = 3.00, DP = 1.13	Md = 3.00 M = 2.88, DP = 1.15	Md = 3.00 M = 3.03, DP = 0.81	0.539 ⁽¹⁾
Desorientação				
Não se perdeu	85.7% (n = 12)	64.3% (n = 9)	87.1% (n = 27)	0.234 ⁽²⁾
Perdeu-se	14.3% (n = 2)	35.7% (n = 5)	12.9% (n = 4)	
Processos de orientação				
Mapas	78.6% (n = 11)	64.3% (n = 9)	64.5% (n = 20)	0.754 ⁽²⁾
Marcos na paisagem urbana	42.9% (n = 6)	42.9% (n = 6)	61.3% (n = 19)	0.422 ⁽²⁾
App Smartphone	42.9% (n = 6)	50.0% (n = 7)	41.9% (n = 13)	0.940 ⁽²⁾
Sinalização urbana	14.3% (n = 2)	42.9% (n = 6)	19.4% (n = 6)	0.172 ⁽²⁾
GPS (automóvel/portátil)	28.6% (n = 4)	14.3% (n = 2)	22.6% (n = 7)	0.652 ⁽²⁾
Pedidos de informação	21.4% (n = 3)	21.4% (n = 3)	19.4% (n = 6)	0.995 ⁽²⁾
Meios de transporte				
Caminhar	92.9% (n = 13)	100.0% (n = 14)	96.8% (n = 30)	0.728 ⁽²⁾
Transporte público	21.4% (n = 3)	7.1% (n = 1)	38.7% (n = 12)	0.069 ⁽²⁾
Transporte comercial/turístico	0.0% (n = 0)	0.0% (n = 0)	9.7% (n = 3)	0.413 ⁽²⁾
Automóvel próprio/alugado	0.0% (n = 0)	14.3% (n = 2)	3.2% (n = 1)	0.274 ⁽²⁾

Md – Mediana; M – Média; DP – Desvio-padrão.

⁽¹⁾ valor de significância do Teste de Kruskal-Wallis; ⁽²⁾ valor de significância do Teste Exato de Fisher.

Fonte: Construção própria.

Na cidade do Porto, os resultados do quadro 65 mostram a existência de relações significativas (ou próximas da significância estatística) da **distância ao país de origem**

dos *backpackers* com a duração da visita ($p = 0.068 > 0.05$), com o tempo em movimento ($p = 0.024$) e com o número atrações visitadas ($p = 0.097 > 0.05$): os visitantes *long haul* realizaram visitas mais longas, com mais tempo em movimento e visitaram mais atrações.

Quadro 67. Relação da tipologia de *backpacker* com o comportamento espaciotemporal.

Variáveis	Tipologia de <i>backpacker</i>				P
	Curta duração (N = 39)	Longa duração (N = 8)	Tecnológicos (N = 21)	Mais viajados (N = 14)	
Distância percorrida (km)	Md = 4.66 M = 14.49 DP = 41.11	Md = 6.37 M = 7.22 DP = 4.09	Md = 7.07 M = 16.41 DP = 26.77	Md = 5.92 M = 25.22 DP = 67.74	0.421 ⁽¹⁾
Duração da visita (min)	Md = 232.00 M = 283.19 DP = 218.78	Md = 196.34 M = 279.62 DP = 257.67	Md = 230.07 M = 310.44 DP = 245.15	Md = 285.50 M = 322.52 DP = 198.97	0.817 ⁽¹⁾
Tempo em movimento (min)	Md = 90.05 M = 134.69 DP = 146.64	Md = 93.54 M = 116.45 DP = 72.98	Md = 94.38 M = 121.82 DP = 120.44	Md = 132.38 M = 165.39 DP = 118.94	0.477 ⁽¹⁾
Afastamento máx. alojamento (km)	Md = 1.41 M = 5.33 DP = 19.17	Md = 1.58 M = 1.87 DP = 1.12	Md = 1.81 M = 6.43 DP = 15.98	Md = 1.51 M = 10.01 DP = 31.88	0.858 ⁽¹⁾
Velocidade média (km/h)	Md = 1.85 M = 2.69 DP = 3.34	Md = 2.47 M = 2.19 DP = 1.16	Md = 1.86 M = 3.17 DP = 2.57	Md = 1.45 M = 3.13 DP = 4.74	0.594 ⁽¹⁾
Diferenças de altitude (m)	Md = 83.00 M = 94.87 DP = 115.85	Md = 81.00 M = 82.00 DP = 7.93	Md = 91.00 M = 85.86 DP = 41.90	Md = 87.00 M = 124.43 DP = 190.56	0.890 ⁽¹⁾
Forma geométrica do percurso					
Ida e volta	12.8% (n = 5)	0.0% (n = 0)	9.5% (n = 2)	0.0% (n = 0)	0.555 ⁽²⁾
Circular	12.8% (n = 5)	0.0% (n = 0)	9.5% (n = 2)	0.0% (n = 0)	
Complexo	74.4% (n = 29)	100.0% (n = 8)	81.0% (n = 17)	100.0% (n = 14)	
Número atrações visitadas	Md = 4.00 M = 3.97 DP = 1.77	Md = 3.50 M = 3.50 DP = 1.51	Md = 3.00 M = 3.38 DP = 0.97	Md = 5.00 M = 4.71 DP = 2.09	0.175 ⁽¹⁾
Número atividades realizadas	Md = 3.00 M = 2.92 DP = 0.87	Md = 3.00 M = 2.75 DP = 0.89	Md = 3.00 M = 2.95 DP = 0.80	Md = 3.00 M = 3.50 DP = 1.22	0.458 ⁽¹⁾
Desorientação					
Não se perdeu	88.6% (n = 31)	85.7% (n = 6)	76.2% (n = 16)	78.6% (n = 11)	0.582 ⁽²⁾
Perdeu-se	11.4% (n = 4)	14.3% (n = 1)	23.8% (n = 5)	21.4% (n = 3)	
Processos de orientação					
Mapas	62.9% (n = 22)	71.4% (n = 5)	71.4% (n = 15)	57.1% (n = 8)	0.797 ⁽²⁾
Marcos na paisagem urb.	51.4% (n = 18)	57.1% (n = 4)	47.6% (n = 10)	71.4% (n = 10)	0.573 ⁽²⁾
App Smartphone	48.6% (n = 17)	28.6% (n = 2)	28.6% (n = 6)	57.1% (n = 8)	0.266 ⁽²⁾
Sinalização urbana	14.3% (n = 5)	57.1% (n = 4)	38.1% (n = 8)	14.3% (n = 2)	0.032 ⁽²⁾
GPS (automóvel/portátil)	25.7% (n = 9)	0.0% (n = 0)	19.0% (n = 4)	28.6% (n = 4)	0.523 ⁽²⁾
Pedidos de informação	22.9% (n = 8)	0.0% (n = 0)	19.0% (n = 4)	21.4% (n = 3)	0.707 ⁽²⁾
Meios de transporte					
Caminhar	100.0% (n = 35)	100.0% (n = 7)	90.5% (n = 19)	85.7% (n = 12)	0.106 ⁽²⁾
Transporte público	20.0% (n = 7)	14.3% (n = 1)	42.9% (n = 9)	14.3% (n = 2)	0.181 ⁽²⁾
Transporte comercial/tur.	17.1% (n = 6)	0.0% (n = 0)	9.5% (n = 2)	7.1% (n = 1)	0.723 ⁽²⁾
Automóvel próprio/alugado	0.0% (n = 0)	0.0% (n = 0)	14.3% (n = 3)	0.0% (n = 0)	0.052 ⁽²⁾

Md – Mediana; M – Média; DP – Desvio-padrão.

⁽¹⁾ valor de significância do Teste de Kruskal-Wallis; ⁽²⁾ valor de significância do Teste Exato de Fisher.

Fonte: Construção própria.

No que diz respeito ao **rendimento anual**, registou-se apenas uma relação próxima da significância estatística com a utilização do transporte público ($p = 0.069 > 0.05$). A percentagem de visitantes que utilizaram o transporte público foi mais alta entre os que têm rendimentos acima de 20.000 Euros (38.7%). Os visitantes com rendimentos intermédios (de 7.001 a 20.000 Euros) foram os que utilizaram menos o transporte público (Quadro 66).

Pretendeu-se verificar ainda se a **tipologia de backpackers** tem influência no comportamento espaciotemporal dos mesmos durante um dia de visita à cidade do Porto. Os testes estatísticos realizados encontraram apenas uma associação significativa da tipologia de *backpacker* com o processo de orientação - sinalização urbana ($p = 0.032$) que é utilizado com mais frequência pelos *backpackers* de longa duração (57.1%) e com menos frequência pelos *backpackers* de curta duração (14.3%) e *backpackers* mais viajados (14.3%) (Quadro 67). Próximo da significância estatística está a maior utilização do automóvel alugado/próprio por parte dos *Flashpackers* ($p=0.059$). Como uma das características distintivas dos *flashpackers* é a utilização de automóvel alugado (Butler & Hannam, 2014) e tendo esta característica distintiva sido também utilizada nesta investigação na identificação dos tipos de *backpackers* (Quadro 7, capítulo 3) esta associação era já esperada.

Relativamente ao **nível de instrução** dos *backpackers*, a grande maioria tem uma escolaridade elevada (aproximadamente 83% têm uma escolaridade superior ou pós-graduada) não tendo sido encontrada nenhuma relação estatisticamente significativa com o seu comportamento espaciotemporal (Quadro II, em anexo).

8.3.5.2 Características da visita

Alguns investigadores têm encontrado associações entre o **conhecimento prévio do destino** e o comportamento espaciotemporal: Fennel (1996), Masiero & Zoltan (2013) e Shoval & Raveh (2004) salientam que os turistas que mais repetem a visita tendem a visitar atrações secundárias e mais periféricas indo além dos locais de atração usual, visitando áreas mais extensas. Smallwood, Beckley, & Moore (2012) salientam as diferenças entre turistas internacionais e nacionais – os primeiros que se encontram a visitar o destino pela primeira vez, tendem a um comportamento espacial mais amplo visitando uma área mais extensa, enquanto os segundos, encontrando-se maioritariamente a repetir a visita, escolhem ficar nas proximidades do seu alojamento.

Quadro 68. Relação de visitas anteriores ao Porto com o comportamento espaciotemporal.

Variáveis	Visita anterior ao Porto		P
	Nunca (N = 62)	Sim (N = 20)	
Distância percorrida (km)	Md = 5.20 M = 18.08, DP = 47.46	Md = 6.49 M = 9.97, DP = 9.88	0.521 ⁽¹⁾
Duração da visita (min)	Md = 219.74 M = 293.29, DP = 233.28	Md = 283.68 M = 306.60, DP = 192.05	0.503 ⁽¹⁾
Tempo em movimento (min)	Md = 96.48 M = 140.56, DP = 142.71	Md = 105.11 M = 117.20, DP = 71.49	0.837 ⁽¹⁾
Afastamento máx. alojamento (km)	Md = 1.41 M = 7.14, DP = 22.98	Md = 1.75 M = 2.77, DP = 3.04	0.315 ⁽¹⁾
Velocidade média (km/h)	Md = 1.94 M = 3.02, DP = 3.57	Md = 1.57 M = 2.27, DP = 2.03	0.290 ⁽¹⁾
Diferenças de altitude (m)	Md = 87.00 M = 101.56, DP = 127.97	Md = 80.00 M = 80.20, DP = 37.58	0.443 ⁽¹⁾
Forma geométrica do percurso			
Ida e volta	9.7% (n = 6)	5.0% (n = 1)	0.999 ⁽²⁾
Circular	8.1% (n = 5)	10.0% (n = 2)	
Complexo	82.3% (n = 51)	85.0% (n = 17)	
Número atrações visitadas	Md = 4.00 M = 4.08, DP = 1.64	Md = 3.00 M = 3.35, DP = 1.69	0.039 ⁽¹⁾
Número atividades realizadas	Md = 3.00 M = 3.08, DP = 0.95	Md = 3.00 M = 2.80, DP = 0.89	0.077 ⁽¹⁾
Desorientação			
Não se perdeu	86.2% (n = 50)	73.7% (n = 14)	0.288 ⁽²⁾
Perdeu-se	13.8% (n = 8)	26.3% (n = 5)	
Processos de orientação			
Mapas	69.0% (n = 40)	52.6% (n = 10)	0.268 ⁽²⁾
Marcos na paisagem urbana	50.0% (n = 29)	68.4% (n = 13)	0.192 ⁽²⁾
App Smartphone	50.0% (n = 29)	21.1% (n = 4)	0.034 ⁽²⁾
Sinalização urbana	17.2% (n = 10)	47.4% (n = 9)	0.014 ⁽²⁾
GPS (automóvel/portátil)	22.4% (n = 13)	21.1% (n = 4)	0.999 ⁽²⁾
Pedidos de informação	20.7% (n = 12)	15.8% (n = 3)	0.750 ⁽²⁾
Meios de transporte			
Caminhar	96.6% (n = 56)	89.5% (n = 17)	0.253 ⁽²⁾
Transporte público	20.7% (n = 12)	36.8% (n = 7)	0.219 ⁽²⁾
Transporte comercial/tur.	13.8% (n = 8)	5.3% (n = 1)	0.438 ⁽²⁾
Automóvel próprio/alugado	1.7% (n = 1)	10.5% (n = 2)	0.149 ⁽²⁾

Md – Mediana; M – Média; DP – Desvio-padrão.

⁽¹⁾ valor de significância do Teste de Mann-Whitney; ⁽²⁾ valor de significância do Teste Exato de Fisher.

Fonte: Construção própria.

Caldeira (2014) verificou também que aqueles que visitaram pela primeira vez o destino, exibiram com mais frequência um percurso circular, indiciando uma menor complexidade do itinerário e possivelmente alguma preferência pelos *city tours* e que os turistas estreatantes têm uma maior preferência pela visita a atrações mais emblemáticas da cidade indo de encontro aos resultados da investigação de McKercher *et al.* (2012) que verificaram que os turistas que visitam pela primeira vez o destino, tendem a viajar mais amplamente ao longo do mesmo. Caldeira (2014) conclui ainda que os turistas repetentes tendem a fazer uma visita mais longa e a frequentar centros comerciais como

já tinham verificado Lau & McKercher (2004). No entanto, Mckercher & Lau (2008) não encontram uma relação entre o facto de se estar ou não a visitar o destino pela primeira vez e o padrão dos percursos realizados.

Quadro 69. Relação de visitas anteriores a Portugal com o comportamento espaciotemporal

Variáveis	Visita anterior a Portugal		p
	Nunca (N = 52)	Sim (N = 30)	
Distância percorrida (km)	Md = 6.05 M = 14.69, DP = 36.04	Md = 5.15 M = 18.56, DP = 50.41	0.494 ⁽¹⁾
Duração da visita (min)	Md = 231.03 M = 296.06, DP = 228.52	Md = 271.17 M = 297.35, DP = 216.53	0.912 ⁽¹⁾
Tempo em movimento (min)	Md = 96.48 M = 127.83, DP = 125.65	Md = 98.33 M = 147.04, DP = 135.89	0.810 ⁽¹⁾
Afastamento máx. alojamento (km)	Md = 1.68 M = 5.06, DP = 16.66	Md = 1.43 M = 7.82, DP = 25.17	0.389 ⁽¹⁾
Velocidade média (km/h)	Md = 2.09 M = 2.83, DP = 2.87	Md = 1.52 M = 2.85, DP = 3.92	0.178 ⁽¹⁾
Diferenças de altitude (m)	Md = 84.00 M = 95.98, DP = 101.72	Md = 87.00 M = 97.00, DP = 131.96	0.476 ⁽¹⁾
Forma geométrica do percurso			
Ida e volta	9.6% (n = 5)	6.7% (n = 2)	0.825 ⁽²⁾
Circular	9.6% (n = 5)	6.7% (n = 2)	
Complexo	80.8% (n = 42)	86.7% (n = 26)	
Número atrações visitadas	Md = 3.00 M = 3.73, DP = 1.22	Md = 4.00 M = 4.20, DP = 2.25	0.587 ⁽¹⁾
Número atividades realizadas	Md = 3.00 M = 2.96, DP = 0.88	Md = 3.00 M = 3.10, DP = 1.03	0.427 ⁽¹⁾
Desorientação			
Não se perdeu	86.3% (n = 44)	76.9% (n = 20)	0.344 ⁽²⁾
Perdeu-se	13.7% (n = 7)	23.1% (n = 6)	
Processos de orientação			
Mapas	76.5% (n = 39)	42.3% (n = 11)	0.005 ⁽²⁾
Marcos na paisagem urbana	49.0% (n = 25)	65.4% (n = 17)	0.228 ⁽²⁾
App Smartphone	51.0% (n = 26)	26.9% (n = 7)	0.054 ⁽²⁾
Sinalização urbana	27.5% (n = 14)	19.2% (n = 5)	0.578 ⁽²⁾
GPS (automóvel/portátil)	21.6% (n = 11)	23.1% (n = 6)	0.999 ⁽²⁾
Pedidos de informação	13.7% (n = 7)	30.8% (n = 8)	0.126 ⁽²⁾
Meios de transporte			
Caminhar	98.0% (n = 50)	88.5% (n = 23)	0.109 ⁽²⁾
Transporte público	27.5% (n = 14)	19.2% (n = 5)	0.578 ⁽²⁾
Transporte comercial/turístico	9.8% (n = 5)	15.4% (n = 4)	0.477 ⁽²⁾
Automóvel próprio/alugado	5.9% (n = 3)	0.0% (n = 0)	0.547 ⁽²⁾

Md – Mediana; M – Média; DP – Desvio-padrão.

⁽¹⁾ valor de significância do Teste de Mann-Whitney; ⁽²⁾ valor de significância do Teste Exato de Fisher.

Fonte: Construção própria.

Nesta investigação, os *backpackers* que nunca tinham estado no Porto visitaram mais atrações ($p = 0.039$) e realizaram tendencialmente mais atividades (Quadro 68) embora o valor de significância do Teste de *Mann-Whitney* não identifique para esta última variável, diferenças significativas a 5% entre os turistas que visitam o Porto pela primeira

vez (Md = 3.00, M = 3.08, DP = 0.95) e os que se encontram a repetir a visita ao Porto (Md = 3.00, M = 2.80, DP = 0.89); ($p = 0.077 > 0.05$). Ao nível dos processos de orientação utilizados durante a visita, foram encontradas duas associações significativas: os *backpackers* que visitam o Porto pela primeira vez utilizaram mais as *Apps Smartphone* (50.0% vs. 21.1% - $p = 0.034$) e menos a sinalização urbana (17.2% vs. 47.4% - $p = 0.014$) (Quadro 68).

Analisou-se ainda com intuito exploratório, o efeito que uma **visita anterior a Portugal** pudesse eventualmente ter no comportamento espaciotemporal dos turistas *backpackers* em visita à cidade do Porto. As visitas anteriores ao país poderão contribuir para um maior conhecimento da língua e de aspetos culturais que poderão influenciar as escolhas de atrações a visitar, de atividades a realizar e, conseqüentemente, as fontes de informação utilizadas tanto na preparação da viagem como da visita à cidade e ainda nas opções de mobilidade, nomeadamente, dos referenciais de orientação.

Relativamente à relação dos dados do percurso com a visita anterior a Portugal não se encontraram associações significativas, como se pode observar pelo quadro 69. Contudo, no que diz respeito aos processos de orientação, observou-se que os *backpackers* que nunca tinham visitado Portugal utilizaram mais os mapas turísticos da cidade (76.5% vs. 42.3%; $p = 0.005$) do que os turistas que já tinham estado no nosso país, encontrando-se ainda uma associação próxima da significância estatística a 5% do Teste Exato de Fisher, na utilização de *Apps de smartphone* (51.0% vs. 26.9%; $p = 0.054$) entre os turistas que visitam Portugal pela primeira vez.

A **duração da estada** num determinado destino tem sido analisada em algumas investigações sobre o comportamento espaciotemporal dos turistas (Caldeira, 2014; Fennell, 1996; Mckercher & Lau, 2008; Shoval & Raveh, 2004; Zillinger, 2007) verificando-se que as estadas mais longas promovem tanto a dispersão/amplitude territorial como a amplitude multiatração.

Na visita ao Porto, registou-se uma correlação positiva do número de dias da estada com o afastamento máximo ao alojamento ($R = 0.220$; $p = 0.047$) e com a velocidade média ($R = 0.296$; $p = 0.007$), ou seja, os *backpackers* que ficaram mais noites no Porto visitaram atrações mais distantes do alojamento, o que terá contribuído para o registo de uma velocidade média superior – distâncias mais longas poderão justificar a necessidade de utilizar transportes (públicos ou privados) aumentando a velocidade média da visita (Quadro 70).

Quadro 70. Relação da duração da estada com o comportamento espaciotemporal

Variáveis		Duração da estada	P
Distância percorrida (N = 82)		R = 0.158	0.156 ⁽¹⁾
Duração da visita (N = 82)		R = -0.084	0.455 ⁽¹⁾
Tempo em movimento (N = 82)		R = -0.042	0.708 ⁽¹⁾
Afastamento máx. alojamento (N = 82)		R = 0.220	0.047 ⁽¹⁾
Velocidade média (N = 82)		R = 0.296	0.007 ⁽¹⁾
Diferenças de altitude (N = 82)		R = -0.004	0.969 ⁽¹⁾
Forma geométrica do percurso			
Ida e volta (n = 7)		Md = 4.00, M = 6.43, DP = 6.02	0.179 ⁽²⁾
Circular (n = 7)		Md = 3.00, M = 3.14, DP = 1.07	
Complexo (n = 68)		Md = 3.00, M = 6.54, DP = 19.25	
Número atrações visitadas (N = 82)		R = -0.234	0.034 ⁽¹⁾
Número atividades realizadas (N = 82)		R = -0.034	0.764 ⁽¹⁾
Desorientação			
Não se perdeu (n = 64)		Md = 4.00, M = 6.88, DP = 19.88	0.841 ⁽³⁾
Perdeu-se (n = 13)		Md = 3.00, M = 4.08, DP = 2.53	
Processos de orientação			
Mapas	Não (n = 27)	Md = 4.00, M = 10.59, DP = 30.34	0.620 ⁽³⁾
	Sim (n = 50)	Md = 3.50, M = 4.14, DP = 2.87	
Marcos na paisagem urbana	Não (n = 35)	Md = 3.00, M = 3.89, DP = 2.77	0.241 ⁽³⁾
	Sim (n = 42)	Md = 4.00, M = 8.50, DP = 24.39	
App Smartphone	Não (n = 44)	Md = 4.00, M = 4.50, DP = 3.15	0.152 ⁽³⁾
	Sim (n = 33)	Md = 3.00, M = 8.94, DP = 27.54	
Sinalização urbana	Não (n = 58)	Md = 4.00, M = 7.17, DP = 20.87	0.923 ⁽³⁾
	Sim (n = 19)	Md = 3.00, M = 4.05, DP = 2.22	
GPS (automóvel/portátil)	Não (n = 60)	Md = 3.50, M = 4.07, DP = 2.90	0.152 ⁽³⁾
	Sim (n = 17)	Md = 5.00, M = 14.65, DP = 37.99	
Pedidos de informação a residentes	Não (n = 62)	Md = 4.00, M = 6.63, DP = 20.20	0.056 ⁽³⁾
	Sim (n = 15)	Md = 3.00, M = 5.47, DP = 3.40	
Meios de transporte			
Caminhar	Não (n = 4)	Md = 4.00, M = 5.50, DP = 3.79	0.406 ⁽³⁾
	Sim (n = 73)	Md = 4.00, M = 6.45, DP = 18.64	
Transporte público	Não (n = 59)	Md = 3.00, M = 4.43, DP = 3.68	0.263 ⁽³⁾
	Sim (n = 19)	Md = 4.00, M = 12.42, DP = 36.04	
Transporte comercial/turístico	Não (n = 68)	Md = 4.00, M = 6.90, DP = 19.28	0.031 ⁽³⁾
	Sim (n = 9)	Md = 2.00, M = 2.67, DP = 0.87	
Automóvel próprio/alugado	Não (n = 74)	Md = 3.50, M = 6.47, DP = 18.52	0.327 ⁽³⁾
	Sim (n = 3)	Md = 5.00, M = 4.67, DP = 1.53	

R – Coeficiente de Correlação de Spearman; Md – Mediana; M – Média; DP – Desvio-padrão.

⁽¹⁾ valor de significância do Coeficiente de Correlação de Spearman; ⁽²⁾ valor de significância do Teste de Kruskal-Wallis;

⁽³⁾ valor de significância do Teste de Mann-Whitney.

Fonte: Construção própria.

Registou-se ainda uma correlação negativa com o número de atrações visitadas (R = -0.234; $p = 0.034$): os *backpackers* com estadas mais longas visitaram menos atrações, em linha com os resultados de outras investigações. Caldeira (2014) verificou que os turistas com estada mais curta também se afastaram menos do alojamento, visitando mais atrações e realizando mais atividades, ou seja, os constrangimentos temporais associados a uma estada mais curta, parecem induzir os turistas a visitar o maior número de atrações possível (Xia, 2007). O segmento *backpacker* não é exceção.

Relativamente aos transportes utilizados, o valor de significância do Teste de *Mann-Whitney* revela que os *backpackers* com mais dias de estada tendem a utilizar menos o transporte comercial/turístico (Md = 4.00, M = 6.90, DP = 19.28, $p = 0.031$), como por

exemplo, os *city tours*. Na cidade de Lisboa, também a opção por uma visita organizada foi decrescendo à medida que a estada aumentou (Caldeira, 2014) em linha com o facto do transporte comercial/turístico encontrar-se associado a estadas mais curtas (McKercher & Lau, 2008). Muito próximo da significância estatística estão os pedidos de informação a residentes (Md = 4.00, M = 6.63, DP = 20.20, $p = 0.056 > 0.05$): os *backpackers* com estadas mais longas têm mais tendência a não pedir informações a residentes durante o dia de visita à cidade.

Quadro 71. Relação da fase da estada com o comportamento espaciotemporal.

Variáveis	Fase da estada			p
	1º dia (N = 16)	Dia intermédio (N = 52)	Último dia (N = 14)	
Distância percorrida (km)	Md = 4.04 M = 13.66, DP = 29.45	Md = 5.92 M = 19.77, DP = 49.43	Md = 4.33 M = 5.30, DP = 3.84	0.078 ⁽¹⁾
Duração da visita (min)	Md = 337.03 M = 345.16, DP = 279.64	Md = 271.17 M = 311.43, DP = 220.71	Md = 175.61 M = 185.62, DP = 105.24	0.134 ⁽¹⁾
Tempo em movimento (min)	Md = 93.54 M = 151.29, DP = 156.82	Md = 108.34 M = 141.48, DP = 131.57	Md = 56.52 M = 91.50, DP = 69.69	0.226 ⁽¹⁾
Afastamento máx. alojamento (km)	Md = 1.36 M = 6.10, DP = 18.31	Md = 1.61 M = 7.35, DP = 23.11	Md = 1.16 M = 1.31, DP = 0.65	0.095 ⁽¹⁾
Velocidade média (km/h)	Md = 2.03 M = 2.71, DP = 2.54	Md = 1.77 M = 3.10, DP = 3.83	Md = 2.00 M = 2.00, DP = 0.83	0.816 ⁽¹⁾
Diferenças de altitude (m)	Md = 82.50 M = 68.75, DP = 36.16	Md = 88.00 M = 111.63, DP = 138.07	Md = 77.50 M = 71.14, DP = 24.25	0.193 ⁽¹⁾
Forma geométrica do percurso				
Ida e volta	6.3% (n = 1)	9.6% (n = 5)	7.1% (n = 1)	0.776 ⁽²⁾
Circular	12.5% (n = 2)	5.8% (n = 3)	14.3% (n = 2)	
Complexo	81.3% (n = 13)	84.6% (n = 44)	78.6% (n = 11)	
Número atrações visitadas	Md = 4.00 M = 4.13, DP = 1.54	Md = 3.00 M = 3.85, DP = 1.72	Md = 3.50 M = 3.86, DP = 1.75	0.680 ⁽¹⁾
Número atividades realizadas	Md = 3.00 M = 3.06, DP = 1.06	Md = 3.00 M = 2.98, DP = 0.73	Md = 3.00 M = 3.07, DP = 1.44	0.992 ⁽¹⁾
Desorientação				
Não se perdeu	100.0% (n = 16)	78.7% (n = 37)	78.6% (n = 11)	0.098 ⁽²⁾
Perdeu-se	0.0% (n = 0)	21.3% (n = 10)	21.4% (n = 3)	
Processos de orientação				
Mapas	62.5% (n = 10)	59.6% (n = 28)	85.7% (n = 12)	0.194 ⁽²⁾
Marcos na paisagem urbana	43.8% (n = 7)	63.8% (n = 30)	35.7% (n = 5)	0.128 ⁽²⁾
App Smartphone	50.0% (n = 8)	34.0% (n = 16)	64.3% (n = 9)	0.109 ⁽²⁾
Sinalização urbana	25.0% (n = 4)	21.3% (n = 10)	35.7% (n = 5)	0.531 ⁽²⁾
GPS (automóvel/portátil)	18.8% (n = 3)	27.7% (n = 13)	7.1% (n = 1)	0.293 ⁽²⁾
Pedidos de informação	12.5% (n = 2)	23.4% (n = 11)	14.3% (n = 2)	0.659 ⁽²⁾
Meios de transporte				
Caminhar	93.8% (n = 15)	93.6% (n = 44)	100.0% (n = 14)	0.999 ⁽²⁾
Transporte público	12.5% (n = 2)	34.0% (n = 16)	7.1% (n = 1)	0.069 ⁽²⁾
Transporte comercial/turístico	6.3% (n = 1)	12.8% (n = 6)	14.3% (n = 2)	0.784 ⁽²⁾
Automóvel próprio/alugado	0.0% (n = 0)	6.4% (n = 3)	0.0% (n = 0)	0.764 ⁽²⁾

Md – Mediana; M – Média; DP – Desvio-padrão.

⁽¹⁾ valor de significância do Teste de Kruskal-Wallis; ⁽²⁾ valor de significância do Teste Exato de Fisher.

Fonte: Construção própria.

Os resultados do estudo da associação dos dados do percurso com a **fase da estada** (Quadro 71) não revela a existência de associações com o valor de significância muito elevado ($p < 0.05$), no entanto, podem-se observar vários exemplos com uma significância estatística ao nível de 10% ($p < 0.10$) que mostram um maior afastamento do alojamento nos *backpackers* que visitaram a cidade num dia intermédio da sua estada ($M = 7.35$, $DP = 23.11$) do que no primeiro dia ($M = 6.10$, $DP = 18.31$) e no último dia ($M = 1.31$, $DP = 0.65$) ($p = 0.095$). As percentagens de visitantes que se perderam foram também mais elevadas no dia intermédio (21.3%) e no último dia (21.4%) do que no primeiro dia (0.0%) ($p = 0.098$). Registou-se ainda uma maior utilização do transporte público no dia intermédio (34.0%) do que nas restantes fases da estada ($p = 0.069$).

No que diz respeito ao **grupo de visita** foi analisada a relação do grupo de visita à cidade e a relação do grupo de viagem com o comportamento espaciotemporal dos *backpackers*. Nem sempre há coincidência entre o grupo de viagem e o grupo de visita: um *backpacker* que esteja a viajar sozinho pode visitar a cidade acompanhado por outros *backpackers* que conheceu no alojamento e um *backpacker* que viaja com um grupo de amigos pode, num determinado momento da estada, visitar sozinho uma determinada atração. O grupo de viagem será analisado noutra secção deste capítulo. Relativamente ao grupo de visita, não foi encontrada nenhuma relação estatisticamente significativa com o comportamento espaciotemporal. (Quadro III, em anexo).

Os **gastos médios diários** (Quadro 72) registaram correlações positivas com a distância percorrida ($R = 0.348$; $p = 0.002$), com a duração da visita ($R = 0.294$ $p = 0.010$), com o tempo em movimento ($R = 0.269$ $p = 0.018$) e com o número atividades realizadas ($R = 0.342$ $p = 0.002$), ou seja, os *backpackers* que têm orçamentos diários maiores fazem percursos maiores e durante mais tempo, realizando mais atividades do que os *backpackers* com orçamentos diários inferiores. De Cantis *et al.* (2016) também verificaram que os turistas de cruzeiro com rendimentos mais elevados realizaram *tours* mais compridos e duradouros indo de encontro ao trabalho de Hanson & Hanson (1981) citados por Dejbakhsh *et al.* (2011) em que os turistas mais ricos e instruídos revelam uma maior mobilidade. Por conseguinte, os *backpackers* com gastos diários superiores tendem a realizar com mais frequência percursos complexos ($p = 0.048$), caminhando com menos frequência ($p = 0.012$) que os *backpackers* que gastam menos.

O valor de significância do teste não paramétrico de *Mann-Whitney* para o meio de transporte “automóvel próprio/alugado” identifica ainda diferenças muito próximas da significância dos 5% ($p = 0.051 > 0.05$) entre os *backpackers* que utilizam o automóvel

(próprio ou alugado - Md = 128.00, M = 133.67, DP = 33.86) e os *backpackers* que não utilizam (Md = 84.50, M = 88.03, DP = 40.28): aqueles que gastam mais por dia têm tendência a utilizar mais o automóvel e a utilizar mais os transportes turísticos (Md = 110.00, M = 115.44, DP = 45.97, $p = 0.085 > 0.05$).

Quadro 72. Relação dos gastos médios diários com o comportamento espaciotemporal

Variáveis		Gasto médio diário	P
Distância percorrida (N = 82)		R = 0.348	0.002 ⁽¹⁾
Duração da visita (N = 82)		R = 0.294	0.010 ⁽¹⁾
Tempo em movimento (N = 82)		R = 0.269	0.018 ⁽¹⁾
Afastamento máx. alojamento (N = 82)		R = 0.126	0.275 ⁽¹⁾
Velocidade média (N = 82)		R = 0.069	0.548 ⁽¹⁾
Diferenças de altitude (N = 82)		R = 0.166	0.149 ⁽¹⁾
Forma geométrica do percurso			
Ida e volta (n = 7)		Md = 60.00, M = 66.43, DP = 35.46	0.048 ⁽²⁾
Circular (n = 7)		Md = 60.00, M = 66.86, DP = 23.66	
Complexo (n = 68)		Md = 90.00, M = 94.95, DP = 41.47	
Número atrações visitadas (N = 82)		R = 0.084	0.470 ⁽¹⁾
Número atividades realizadas (N = 82)		R = 0.342	0.002 ⁽¹⁾
Desorientação			
Não se perdeu (n = 64)		Md = 86.00, M = 88.52, DP = 39.02	0.518 ⁽³⁾
Perdeu-se (n = 13)		Md = 84.00, M = 96.12, DP = 50.17	
Processos de orientação			
Mapas	Não (n = 27)	Md = 85.00, M = 88.74, DP = 43.10	0.996 ⁽³⁾
	Sim (n = 50)	Md = 86.00, M = 90.38, DP = 39.99	
Marcos na paisagem urbana	Não (n = 35)	Md = 85.00, M = 89.40, DP = 40.78	0.697 ⁽³⁾
	Sim (n = 42)	Md = 86.50, M = 90.14, DP = 41.38	
App Smartphone	Não (n = 44)	Md = 88.50, M = 93.23, DP = 43.79	0.336 ⁽³⁾
	Sim (n = 33)	Md = 80.00, M = 85.24, DP = 36.69	
Sinalização urbana	Não (n = 58)	Md = 87.50, M = 91.79, DP = 41.03	0.464 ⁽³⁾
	Sim (n = 19)	Md = 78.00, M = 83.74, DP = 40.73	
GPS (automóvel/portátil)	Não (n = 60)	Md = 80.00, M = 87.63, DP = 39.52	0.308 ⁽³⁾
	Sim (n = 17)	Md = 92.00, M = 97.47, DP = 45.62	
Pedidos de informação a residentes	Não (n = 62)	Md = 87.50, M = 88.63, DP = 39.06	0.985 ⁽³⁾
	Sim (n = 15)	Md = 75.00, M = 94.67, DP = 48.72	
Meios de transporte			
Caminhar	Não (n = 4)	Md = 155.00, M = 146.50, DP = 35.67	0.012 ⁽³⁾
	Sim (n = 73)	Md = 84.00, M = 86.70, DP = 38.97	
Transporte público	Não (n = 59)	Md = 86.00, M = 89.40, DP = 43.38	0.701 ⁽³⁾
	Sim (n = 19)	Md = 85.00, M = 91.05, DP = 32.87	
Transporte comercial/turístico	Não (n = 68)	Md = 84.50, M = 86.41, DP = 39.23	0.085 ⁽³⁾
	Sim (n = 9)	Md = 110.00, M = 115.44, DP = 45.97	
Automóvel próprio/alugado	Não (n = 74)	Md = 84.50, M = 88.03, DP = 40.28	0.051 ⁽³⁾
	Sim (n = 3)	Md = 128.00, M = 133.67, DP = 33.86	

R – Coeficiente de Correlação de Spearman; Md – Mediana; M – Média; DP – Desvio-padrão.

⁽¹⁾ valor de significância do Coeficiente de Correlação de Spearman; ⁽²⁾ valor de significância do Teste de Kruskal-Wallis;

⁽³⁾ valor de significância do Teste de Mann-Whitney.

Fonte: Construção própria.

Apesar dos rastreamentos terem sido feitos por *backpackers* alojados em diferentes *hostels*, a proximidade física de quase todos eles (antiga freguesia de Santo Ildefonso e da Sé) não justificou a procura de associações entre a **localização do alojamento** e o comportamento espaciotemporal dos turistas. Mas como os *backpackers* procuram, em geral, os *hostels* por serem alojamentos de custos mais baixos, permitindo-lhes, por

exemplo, fazer viagens mais longas ou gastar mais dinheiro em algumas atividades/atrações específicas ou até mesmo em refeições mais caras, considerou-se pertinente analisar a título exploratório, se a **tipologia de quarto** escolhido pelos *backpackers* – dormitório ou privado – tem alguma relação com o seu comportamento espaciotemporal.

Quadro 73. Relação do tipo de quarto com o comportamento espaciotemporal.

Variáveis	Tipo de quarto		P
	Privado (N = 12)	Dormitório (N = 70)	
Distância percorrida (km)	Md = 7.42 M = 11.59, DP = 10.60	Md = 5.20 M = 16.88, DP = 44.83	0.233 ⁽¹⁾
Duração da visita (min)	Md = 327.98 M = 308.23, DP = 202.91	Md = 233.95 M = 294.53, DP = 227.40	0.586 ⁽¹⁾
Tempo em movimento (min)	Md = 111.65 M = 116.93, DP = 78.16	Md = 94.63 M = 137.93, DP = 135.99	0.916 ⁽¹⁾
Afastamento máx. alojamento (km)	Md = 1.91 M = 3.74, DP = 3.97	Md = 1.43 M = 6.47, DP = 21.68	0.112 ⁽¹⁾
Velocidade média (km/h)	Md = 2.31 M = 3.03, DP = 2.48	Md = 1.78 M = 2.80, DP = 3.40	0.503 ⁽¹⁾
Diferenças de altitude (m)	Md = 93.50 M = 83.92, DP = 49.01	Md = 83.00 M = 98.49, DP = 120.63	0.507 ⁽¹⁾
Forma geométrica do percurso			
Ida e volta	16.7% (n = 2)	7.1% (n = 5)	0.159 ⁽²⁾
Circular	16.7% (n = 2)	7.1% (n = 5)	
Complexo	66.7% (n = 8)	85.7% (n = 60)	
Número atrações visitadas	Md = 3.00 M = 3.08, DP = 1.08	Md = 4.00 M = 4.04, DP = 1.72	0.082 ⁽¹⁾
Número atividades realizadas	Md = 3.00 M = 2.83, DP = 0.72	Md = 3.00 M = 3.04, DP = 0.97	0.468 ⁽¹⁾
Desorientação			
Não se perdeu	90.0% (n = 9)	82.1% (n = 55)	0.999 ⁽²⁾
Perdeu-se	10.0% (n = 1)	17.9% (n = 12)	
Processos de orientação			
Mapas	50.0% (n = 5)	67.2% (n = 45)	0.308 ⁽²⁾
Marcos na paisagem urbana	70.0% (n = 7)	52.2% (n = 35)	0.332 ⁽²⁾
App Smartphone	10.0% (n = 1)	47.8% (n = 32)	0.037 ⁽²⁾
Sinalização urbana	50.0% (n = 5)	20.9% (n = 14)	0.108 ⁽²⁾
GPS (automóvel/portátil)	20.0% (n = 2)	22.4% (n = 15)	0.999 ⁽²⁾
Pedidos de informação	30.0% (n = 3)	17.9% (n = 12)	0.399 ⁽²⁾
Meios de transporte			
Caminhar	80.0% (n = 8)	97.0% (n = 65)	0.080 ⁽²⁾
Transporte público	40.0% (n = 4)	22.4% (n = 15)	0.251 ⁽²⁾
Transporte comercial/turístico	10.0% (n = 1)	11.9% (n = 8)	0.999 ⁽²⁾
Automóvel próprio/alugado	10.0% (n = 1)	3.0% (n = 2)	0.345 ⁽²⁾

Md – Mediana; M – Média; DP – Desvio-padrão.

⁽¹⁾ valor de significância do Teste de Mann-Whitney; ⁽²⁾ valor de significância do Teste Exato de Fisher.

Fonte: Construção própria.

Quem habitualmente seleciona um quarto privado, além de ter disponível um orçamento superior, encontra-se a viajar acompanhado por alguém com quem tem um relacionamento pelo que a procura de privacidade é importante. Por conseguinte,

verificou-se que os visitantes que ficaram em dormitórios tiveram uma tendência para visitar mais atrações ($p = 0.082 > 0.05$), utilizaram mais as *Apps* de *Smartphones* para orientação ($p = 0.037$) e caminharam mais ($p = 0.080 > 0.05$) que os *backpackers* que ficaram alojados em quartos privados (Quadro 73).

Analisou-se também o efeito da organização da visita no comportamento espaciotemporal dos turistas *backpackers* durante um dia de visita à cidade do Porto.

Quadro 74. Relação da organização da visita com o comportamento espaciotemporal.

Variáveis	Organização da visita		P
	Independente (N = 64)	Organizada (N = 13)	
Distância percorrida (km)	Md = 5.15 M = 8.78, DP = 8.91	Md = 6.24 M = 55.76, DP = 96.11	0.100 ⁽¹⁾
Duração da visita (min)	Md = 232.41 M = 271.18, DP = 198.93	Md = 333.68 M = 416.42, DP = 313.95	0.178 ⁽¹⁾
Tempo em movimento (min)	Md = 94.07 M = 120.19, DP = 113.60	Md = 110.79 M = 197.93, DP = 176.63	0.146 ⁽¹⁾
Afastamento máx. alojamento (km)	Md = 1.46 M = 2.41, DP = 2.86	Md = 1.75 M = 25.90, DP = 46.63	0.155 ⁽¹⁾
Velocidade média (km/h)	Md = 1.84 M = 2.41, DP = 1.84	Md = 2.55 M = 5.46, DP = 6.71	0.187 ⁽¹⁾
Diferenças de altitude (m)	Md = 81.50 M = 77.27, DP = 31.82	Md = 95.00 M = 191.23, DP = 262.61	0.046⁽¹⁾
Forma geométrica do percurso			
Ida e volta	10.9% (n = 7)	0.0% (n = 0)	0.631 ⁽²⁾
Circular	9.4% (n = 6)	7.7% (n = 1)	
Complexo	79.7% (n = 51)	92.3% (n = 12)	
Número atrações visitadas	Md = 3.00 M = 3.83, DP = 1.75	Md = 5.00 M = 4.54, DP = 1.39	0.068 ⁽¹⁾
Número atividades realizadas	Md = 3.00 M = 2.94, DP = 0.94	Md = 3.00 M = 3.46, DP = 0.97	0.074 ⁽¹⁾
Desorientação			
Não se perdeu	84.4% (n = 54)	76.9% (n = 10)	0.684 ⁽²⁾
Perdeu-se	15.6% (n = 10)	23.1% (n = 3)	
Processos de orientação			
Mapas	68.8% (n = 44)	46.2% (n = 6)	0.200 ⁽²⁾
Marcos na paisagem urbana	51.6% (n = 33)	69.2% (n = 9)	0.361 ⁽²⁾
<i>App Smartphone</i>	39.1% (n = 25)	61.5% (n = 8)	0.218 ⁽²⁾
Sinalização urbana	29.7% (n = 19)	0.0% (n = 0)	0.030⁽²⁾
GPS (automóvel/portátil)	17.2% (n = 11)	46.2% (n = 6)	0.032⁽²⁾
Pedidos de informação	17.2% (n = 11)	30.8% (n = 4)	0.267 ⁽²⁾
Meios de transporte			
Caminhar	96.9% (n = 62)	84.6% (n = 11)	0.130 ⁽²⁾
Transporte público	28.1% (n = 18)	7.7% (n = 1)	0.167 ⁽²⁾
Transporte comercial/turístico	9.4% (n = 6)	23.1% (n = 3)	0.172 ⁽²⁾
Automóvel próprio/alugado	4.7% (n = 3)	0.0% (n = 0)	0.999 ⁽²⁾

Md – Mediana; M – Média; DP – Desvio-padrão.

⁽¹⁾ valor de significância do Teste de Mann-Whitney; ⁽²⁾ valor de significância do Teste Exato de Fisher.

Fonte: Construção própria.

Pretende-se avaliar se uma **visita organizada de forma independente** (característica deste segmento de mercado) se diferencia, de uma **visita organizada** por animadores turísticos, guias turísticos, entre outros. Os resultados descritos no quadro 74 evidencia

algumas diferenças significativas no diz respeito à organização da visita. Quem fez uma visita organizada realizou percursos com maiores diferenças de altitude ($p=0.046$) e não utilizou sinalização urbana ($p=0.030$), obedecendo a um percurso preparado e planeado por um profissional que pretende dar a conhecer o destino da melhor forma possível. Logicamente, quem realiza uma visita guiada terá tendência para visitar mais atrações ($p=0.068 > 0.05$) e percorrer distâncias maiores ($p=0.100 > 0.05$) sem terem necessidade de utilizar a sinalização urbana para se orientarem. A utilização do GPS (automóvel/portátil) ($p=0.032$) poderá ser explicada pelo facto de alguns turistas terem realizado *tours* a atrações localizadas fora do concelho do Porto, como por exemplo, o vale do Douro, tendo acompanhado em tempo real com o seu *smartphone*, o percurso que estavam a realizar, ou para localizar no mapa, pontualmente, os lugares visitados.

Xia *et al.* (2010) encontrou diferenças nos padrões de movimento entre os turistas que viajavam em grupo organizado e os turistas que viajavam sozinhos e com familiares ou amigos. Se Koo *et al.* (2012) verificaram que a participação em visitas organizadas potenciou a amplitude do comportamento espaciotemporal dos turistas, em linha com Caldeira (2014), os *backpackers* em visita organizada ao Porto também parecem percorrer distâncias maiores (Md = 6.24, M = 55.76, DP = 96.11) embora o resultado do teste não paramétrico de *Mann-Whitney* se encontre dentro da zona de rejeição dos 5% ($p=0.100 > 0.05$). Os *backpackers* em visita organizada registaram, no entanto, maiores diferenças de altitude ($p=0.046$) efetuando percursos mais irregulares do ponto de vista altimétrico, como referido anteriormente.

Revelaram ainda tendência para visitar um maior número de atrações ($p=0.068 > 0.05$) e para realizar mais atividades ($p=0.074 > 0.05$) do que aqueles cuja visita foi independente. Estes utilizaram mais a sinalização urbana para se orientarem pela cidade (29.7% vs. 0.0% - $p=0.030$) e, como seria de esperar, usaram menos os dispositivos GPS (17.2% vs. 46.2% - $p=0.032$) como processo de orientação (Quadro 74).

A flexibilidade do itinerário de viagem é uma característica associada frequentemente aos *backpackers* que segundo Richards & Wilson (2004) pode ser indicativo da falta de planeamento da viagem ou, pelo contrário, da necessidade que os *backpackers* têm de recolher mais informações sobre os destinos a visitar.

Quadro 75. Relação da utilização de motores de pesquisa na internet com o comportamento espaciotemporal.

Variáveis	Utilizou motores de pesquisa <i>online</i>		p
	Não (N = 51)	Sim (N = 31)	
Distância percorrida (km)	Md = 5.13 M = 19.60, DP = 52.11	Md = 6.24 M = 10.35, DP = 9.62	0.228 ⁽¹⁾
Duração da visita (min)	Md = 201.88 M = 284.83, DP = 221.47	Md = 257.58 M = 315.78, DP = 227.46	0.433 ⁽¹⁾
Tempo em movimento (min)	Md = 87.23 M = 128.49, DP = 115.69	Md = 114.50 M = 145.33, DP = 149.79	0.397 ⁽¹⁾
Afastamento máx. alojamento (km)	Md = 1.48 M = 8.31, DP = 25.24	Md = 1.55 M = 2.39, DP = 2.22	0.767 ⁽¹⁾
Velocidade média (km/h)	Md = 1.70 M = 3.03, DP = 3.87	Md = 1.98 M = 2.51, DP = 1.94	0.966 ⁽¹⁾
Diferenças de altitude (m)	Md = 83.00 M = 104.75, DP = 141.02	Md = 88.00 M = 82.55, DP = 30.97	0.667 ⁽¹⁾
Forma geométrica do percurso			
Ida e volta	11.8% (n = 6)	3.2% (n = 1)	0.205 ⁽²⁾
Circular	11.8% (n = 6)	3.2% (n = 1)	
Complexo	76.5% (n = 39)	93.5% (n = 29)	
Número atrações visitadas	Md = 3.00 M = 3.47, DP = 1.24	Md = 4.00 M = 4.61, DP = 2.04	0.014⁽¹⁾
Número atividades realizadas	Md = 3.00 M = 2.84, DP = 0.70	Md = 3.00 M = 3.29, DP = 1.19	0.038⁽¹⁾
Desorientação			
Não se perdeu	87.0% (n = 40)	77.4% (n = 24)	0.356 ⁽²⁾
Perdeu-se	13.0% (n = 6)	22.6% (n = 7)	
Processos de orientação			
Mapas	67.4% (n = 31)	61.3% (n = 19)	0.631 ⁽²⁾
Marcos na paisagem urbana	41.3% (n = 19)	74.2% (n = 23)	0.005⁽²⁾
App Smartphone	41.3% (n = 19)	45.2% (n = 14)	0.816 ⁽²⁾
Sinalização urbana	15.2% (n = 7)	38.7% (n = 12)	0.030⁽²⁾
GPS (automóvel/portátil)	26.1% (n = 12)	16.1% (n = 5)	0.404 ⁽²⁾
Pedidos de informação	23.9% (n = 11)	12.9% (n = 4)	0.260 ⁽²⁾
Meios de transporte			
Caminhar	91.3% (n = 42)	100.0% (n = 31)	0.144 ⁽²⁾
Transporte público	21.7% (n = 10)	29.0% (n = 9)	0.591 ⁽²⁾
Transporte comercial/turístico	10.9% (n = 5)	12.9% (n = 4)	0.999 ⁽²⁾
Automóvel próprio/alugado	2.2% (n = 1)	6.5% (n = 2)	0.561 ⁽²⁾

Md – Mediana; M – Média; DP – Desvio-padrão.

⁽¹⁾ valor de significância do Teste de Mann-Whitney; ⁽²⁾ valor de significância do Teste Exato de Fisher.

Fonte: Construção própria.

No que respeita às **fontes de informação** utilizadas pelos *backpackers*, Richards & Wilson (2004) referem-se aos jovens *backpackers* como sendo “*information-intensive*” salientando a procura de uma grande variedade de informações antes de viajarem com destaque para a internet, amigos e família e ainda os conhecidos livros guias de viagem. Analisando as fontes de informação utilizadas pelos *backpackers* durante um dia de visita à cidade do Porto, verifica-se que também a internet, ou melhor, os motores de pesquisa *online* como o *Google.com* e as revistas de viagens *online*, os outros viajantes e os livros guias de viagem sobre o Porto foram as fontes mais utilizadas.

Como o segmento *backpacker* é constituído maioritariamente por turistas mais jovens que organizam a sua visita de forma independente, é expectável que as novas tecnologias desempenhem um papel muito relevante na preparação das suas viagens e até mesmo durante as visitas que realizam a um determinado destino. Segundo Lew & McKercher (2006) as informações utilizadas pelos turistas vão ajudá-los a criar uma imagem pessoal sobre o destino, não só sobre o que tem para oferecer como também sobre as experiências a não perder. Citando estes mesmos autores (2006), Shoval & Isaacson (2007), referem que a informação disponibilizada ao visitante tem um grande impacto sobre os seus movimentos no destino. Pretende-se por isso analisar a utilização das **fontes de informação mais importantes** e o seu impacto no comportamento espaciotemporal dos *backpackers*.

Observando o quadro 75, o valor de significância do Teste de Mann-Whitney revela que os *backpackers* que utilizaram motores de pesquisa na internet (i.e. Google) visitaram um maior número de atrações ($p = 0.014$) e realizaram mais atividades ($p = 0.038$) do que os que não utilizaram. Estes visitantes utilizaram também com mais frequência, os marcos na paisagem urbana (74.2% vs. 41.3% $p = 0.005$) e a sinalização urbana (38.7% vs. 15.2% - $p = 0.030$) para se orientar durante a visita à cidade. Verifica-se assim um impacto da utilização dos motores de pesquisa *online* a nível das subdimensões territorialidade e orientação. Na investigação realizada com turistas dinamarqueses e noruegueses em visita a Maiorca, Jacobsen & Munar (2012) verificaram a existência de uma elevada utilização do computador e internet, não só antes como também **durante a visita**, confirmando que os turistas que ficam interconectados através das redes sociais eletrónicas, como o *Facebook*, utilizam de forma mais intensiva a internet.

Relativamente aos que utilizaram revistas de viagem *online* (Quadro 76), verificou-se que visitaram tendencialmente um maior número de atrações (Md = 4.00, M = 4.40, DP = 1.30, $p = 0.074 > 0.05$) e realizaram mais atividades (Md = 3.00, M = 3.33, DP = 0.82, $p = 0.080 > 0.05$).

A aplicação do Teste Exato de Fisher identifica diferenças significativas ($p < 0.05$) ao nível dos processos de orientação utilizados pelos *backpackers*: quem consultou revistas de viagens *online* sobre o Porto, utilizou com mais frequência, marcos da paisagem urbana (80.0% vs. 48.4%, $p = 0.042$) e as *Apps de smartphone* (66.7% vs. 37.1%, $p = 0.046$) e utilizou menos a sinalização urbana (0.0% vs. 30.6%, $p = 0.016$).

Quadro 76. Relação da utilização de “Revistas de viagens online” com o comportamento espaciotemporal

Variáveis	Utilizou revistas de viagens <i>online</i>		P
	Não (N = 67)	Sim (N = 15)	
Distância percorrida (km)	Md = 5.49 M = 18.22, DP = 45.77	Md = 5.17 M = 6.65, DP = 4.55	0.801 ⁽¹⁾
Duração da visita (min)	Md = 235.08 M = 302.18, DP = 226.47	Md = 257.58 M = 271.32, DP = 211.49	0.728 ⁽¹⁾
Tempo em movimento (min)	Md = 94.38 M = 140.68, DP = 139.58	Md = 114.50 M = 108.87, DP = 59.49	0.976 ⁽¹⁾
Afastamento máx. alojamento (km)	Md = 1.56 M = 7.06, DP = 22.12	Md = 1.31 M = 1.68, DP = 1.63	0.166 ⁽¹⁾
Velocidade média (km/h)	Md = 1.91 M = 2.92, DP = 3.46	Md = 1.47 M = 2.46, DP = 2.31	0.553 ⁽¹⁾
Diferenças de altitude (m)	Md = 83.00 M = 99.81, DP = 124.42	Md = 88.00 M = 80.93, DP = 21.61	0.947 ⁽¹⁾
Forma geométrica do percurso			
Ida e volta	9.0% (n = 6)	6.7% (n = 1)	0.631 ⁽²⁾
Circular	10.4% (n = 7)	0.0% (n = 0)	
Complexo	80.6% (n = 54)	93.3% (n = 14)	
Número atrações visitadas	Md = 3.00 M = 3.79, DP = 1.74	Md = 4.00 M = 4.40, DP = 1.30	0.074 ⁽¹⁾
Número atividades realizadas	Md = 3.00 M = 2.94, DP = 0.95	Md = 3.00 M = 3.33, DP = 0.82	0.080 ⁽¹⁾
Desorientação			
Não se perdeu	87.1% (n = 54)	66.7% (n = 10)	0.116 ⁽²⁾
Perdeu-se	12.9% (n = 8)	33.3% (n = 5)	
Processos de orientação			
Mapas	67.7% (n = 42)	53.3% (n = 8)	0.369 ⁽²⁾
Marcos na paisagem urbana	48.4% (n = 30)	80.0% (n = 12)	0.042 ⁽²⁾
App Smartphone	37.1% (n = 23)	66.7% (n = 10)	0.046 ⁽²⁾
Sinalização urbana	30.6% (n = 19)	0.0% (n = 0)	0.016 ⁽²⁾
GPS (automóvel/portátil)	17.7% (n = 11)	40.0% (n = 6)	0.084 ⁽²⁾
Pedidos de informação	17.7% (n = 11)	26.7% (n = 4)	0.474 ⁽²⁾
Meios de transporte			
Caminhar	93.5% (n = 58)	100.0% (n = 15)	0.581 ⁽²⁾
Transporte público	22.6% (n = 14)	33.3% (n = 5)	0.505 ⁽²⁾
Transporte comercial/turístico	11.3% (n = 7)	13.3% (n = 2)	0.999 ⁽²⁾
Automóvel próprio/alugado	4.8% (n = 3)	0.0% (n = 0)	0.999 ⁽²⁾

Md – Mediana; M – Média; DP – Desvio-padrão.

⁽¹⁾ valor de significância do Teste de Mann-Whitney; ⁽²⁾ valor de significância do Teste Exato de Fisher.

Fonte: Construção própria.

Um nível de significância próximo dos 10% foi também encontrado na utilização do GPS (40.0% vs. 17.7%, $p = 0.084 > 0.05$): quem usou revistas de viagens *online* durante a visita teve tendência a usar mais dispositivos GPS para se orientar. A consulta de revistas de viagens *online* parece ter consequências sobretudo a nível da orientação dos *backpackers* durante a sua visita.

Quadro 77. Relação da utilização de Guias de viagem (Lonely Planet, Rough Guide...) com o comportamento espaciotemporal.

Variáveis	Utilizou livros guias de viagem		p
	Não (N = 57)	Sim (N = 25)	
Distância percorrida (km)	Md = 5.49 M = 19.47, DP = 49.37	Md = 5.42 M = 8.42, DP = 8.22	0.590 ⁽¹⁾
Duração da visita (min)	Md = 277.33 M = 329.84, DP = 240.80	Md = 194.08 M = 220.60, DP = 153.90	0.078 ⁽¹⁾
Tempo em movimento (min)	Md = 107.97 M = 152.54, DP = 147.13	Md = 88.08 M = 94.55, DP = 56.67	0.148 ⁽¹⁾
Afastamento máx. alojamento (km)	Md = 1.48 M = 7.71, DP = 23.93	Md = 1.56 M = 2.34, DP = 2.18	0.484 ⁽¹⁾
Velocidade média (km/h)	Md = 1.84 M = 2.90, DP = 3.73	Md = 2.15 M = 2.70, DP = 1.88	0.233 ⁽¹⁾
Diferenças de altitude (m)	Md = 88.00 M = 105.56, DP = 133.06	Md = 77.00 M = 75.36, DP = 32.49	0.133 ⁽¹⁾
Forma geométrica do percurso			
Ida e volta	3.5% (n = 2)	20.0% (n = 5)	0.061 ⁽²⁾
Circular	8.8% (n = 5)	8.0% (n = 2)	
Complexo	87.7% (n = 50)	72.0% (n = 18)	
Número atrações visitadas	Md = 3.00 M = 3.77, DP = 1.70	Md = 4.00 M = 4.20, DP = 1.61	0.179 ⁽¹⁾
Número atividades realizadas	Md = 3.00 M = 2.98, DP = 0.88	Md = 3.00 M = 3.08, DP = 1.08	0.631 ⁽¹⁾
Desorientação			
Não se perdeu	82.7% (n = 43)	84.0% (n = 21)	0.999 ⁽²⁾
Perdeu-se	17.3% (n = 9)	16.0% (n = 4)	
Processos de orientação			
Mapas	57.7% (n = 30)	80.0% (n = 20)	0.075 ⁽²⁾
Marcos na paisagem urbana	59.6% (n = 31)	44.0% (n = 11)	0.228 ⁽²⁾
App Smartphone	46.2% (n = 24)	36.0% (n = 9)	0.466 ⁽²⁾
Sinalização urbana	15.4% (n = 8)	44.0% (n = 11)	0.010 ⁽²⁾
GPS (automóvel/portátil)	25.0% (n = 13)	16.0% (n = 4)	0.558 ⁽²⁾
Pedidos de informação	23.1% (n = 12)	12.0% (n = 3)	0.360 ⁽²⁾
Meios de transporte			
Caminhar	92.3% (n = 48)	100.0% (n = 25)	0.298 ⁽²⁾
Transporte público	19.2% (n = 10)	36.0% (n = 9)	0.158 ⁽²⁾
Transporte comercial/turístico	13.5% (n = 7)	8.0% (n = 2)	0.710 ⁽²⁾
Automóvel próprio/alugado	1.9% (n = 1)	8.0% (n = 2)	0.245 ⁽²⁾

Md – Mediana; M – Média; DP – Desvio-padrão.

⁽¹⁾ valor de significância do Teste de Mann-Whitney; ⁽²⁾ valor de significância do Teste Exato de Fisher.

Fonte: Construção própria.

Relativamente à utilização dos populares livros guias de viagem (i.e. Lonely Planet, Rough Guide, entre outros), encontraram-se associações próximas da significância estatística de 5% na duração da visita ($p = 0.078 > 0.05$) (Quadro 77). Embora o valor de significância do Teste de *Mann-Whitney* não identifique diferenças significativas a 5%, os *backpackers* que utilizaram os conhecidos livros guias de viagem da cidade tiveram tendência a fazer percursos mais curtos (Md = 194.08, M = 220.60, DP = 153.90). Em termos de orientação, também tiveram tendência para utilizar mais os conhecidos mapas turísticos da cidade (80.0% vs. 57.7%, $p = 0.075 > 0.05$) e, com uma relação significativa a 5%, a sinalização urbana (44.0% vs. 15.4%, $p = 0.010$).

Quadro 78. Relação da consulta de “outros viajantes” com o comportamento espaciotemporal

Variáveis	Consultou outros viajantes		p
	Não (N = 51)	Sim (N = 31)	
Distância percorrida (km)	Md = 6.66 M = 20.91, DP = 51.89	Md = 5.09 M = 8.20, DP = 9.09	0.295 ⁽¹⁾
Duração da visita (min)	Md = 269.00 M = 318.60, DP = 250.04	Md = 207.48 M = 260.22, DP = 166.46	0.506 ⁽¹⁾
Tempo em movimento (min)	Md = 107.97 M = 149.44, DP = 148.86	Md = 88.08 M = 110.87, DP = 83.90	0.332 ⁽¹⁾
Afastamento máx. alojamento (km)	Md = 1.55 M = 8.51, DP = 25.18	Md = 1.48 M = 2.07, DP = 2.43	0.320 ⁽¹⁾
Velocidade média (km/h)	Md = 2.15 M = 3.31, DP = 3.94	Md = 1.59 M = 2.06, DP = 1.39	0.205 ⁽¹⁾
Diferenças de altitude (m)	Md = 89.00 M = 110.71, DP = 139.50	Md = 77.00 M = 72.74, DP = 32.56	0.061 ⁽¹⁾
Forma geométrica do percurso			
Ida e volta	7.8% (n = 4)	9.7% (n = 3)	0.999 ⁽²⁾
Circular	7.8% (n = 4)	9.7% (n = 3)	
Complexo	84.3% (n = 43)	80.6% (n = 25)	
Número atrações visitadas	Md = 3.00 M = 3.84, DP = 1.65	Md = 4.00 M = 4.00, DP = 1.73	0.645 ⁽¹⁾
Número atividades realizadas	Md = 3.00 M = 2.94, DP = 0.76	Md = 3.00 M = 3.13, DP = 1.18	0.561 ⁽¹⁾
Desorientação			
Não se perdeu	84.8% (n = 39)	80.6% (n = 25)	0.759 ⁽²⁾
Perdeu-se	15.2% (n = 7)	19.4% (n = 6)	
Processos de orientação			
Mapas	58.7% (n = 27)	74.2% (n = 23)	0.224 ⁽²⁾
Marcos na paisagem urbana	50.0% (n = 23)	61.3% (n = 19)	0.360 ⁽²⁾
App Smartphone	32.6% (n = 15)	58.1% (n = 18)	0.035 ⁽²⁾
Sinalização urbana	26.1% (n = 12)	22.6% (n = 7)	0.793 ⁽²⁾
GPS (automóvel/portátil)	23.9% (n = 11)	19.4% (n = 6)	0.781 ⁽²⁾
Pedidos de informação	21.7% (n = 10)	16.1% (n = 5)	0.770 ⁽²⁾
Meios de transporte			
Caminhar	91.3% (n = 42)	100.0% (n = 31)	0.144 ⁽²⁾
Transporte público	34.8% (n = 16)	9.7% (n = 3)	0.015 ⁽²⁾
Transporte comercial/turístico	10.9% (n = 5)	12.9% (n = 4)	0.999 ⁽²⁾
Automóvel próprio/alugado	4.3% (n = 2)	3.2% (n = 1)	0.999 ⁽²⁾

Md – Mediana; M – Média; DP – Desvio-padrão.

⁽¹⁾ valor de significância do Teste de Mann-Whitney; ⁽²⁾ valor de significância do Teste Exato de Fisher.

Fonte: Construção própria.

Não foi encontrada nenhuma relação estatisticamente significativa entre a utilização de brochuras e os dados dos percursos. No entanto, os *backpackers* que **consultaram outros viajantes** (Quadro 78) realizaram percursos com menores diferenças de altitude (Md = 77.00, M = 72.74, DP = 32.56, p = 0.061 > 0.05) e utilizaram com mais frequência as *Apps* do *smartphone* para orientação (58.1% vs. 32.6%, p = 0.035).

Quadro 79. Relação das fontes de informação “família e amigos” com os dados do percurso.

Variáveis	Fontes de informação: família e amigos		P
	Não (n = 73)	Sim (n = 9)	
Distância percorrida (km)	Md = 5.49 M = 17.25. DP = 43.96	Md = 5.17 M = 6.80. DP = 4.87	0.784 ⁽¹⁾
Duração da visita (min)	Md = 232.82 M = 298.47. DP = 233.50	Md = 306.00 M = 280.81. DP = 108.92	0.662 ⁽¹⁾
Tempo em movimento (min)	Md = 94.88 M = 134.22. DP = 133.65	Md = 114.50 M = 140.04. DP = 87.64	0.419 ⁽¹⁾
Afastamento máx. alojamento (km)	Md = 1.55 M = 6.52. DP = 21.23	Md = 1.32 M = 2.48. DP = 3.74	0.377 ⁽¹⁾
Velocidade média (km/h)	Md = 1.98 M = 2.94. DP = 3.35	Md = 1.22 M = 1.96. DP = 2.50	0.055⁽¹⁾
Diferenças de altitude (m)	Md = 85.00 M = 98.21. DP = 118.99	Md = 92.00 M = 81.33. DP = 37.07	0.970 ⁽¹⁾
Forma geométrica do percurso			
Ida e volta	8.2% (n = 6)	11.1% (n = 1)	0.178 ⁽²⁾
Circular	6.8% (n = 5)	22.2% (n = 2)	
Complexo	84.9% (n = 62)	66.7% (n = 6)	
Dia da estada			
1º dia	20.5% (n = 15)	11.1% (n = 1)	0.781 ⁽²⁾
Intermédio	63.0% (n = 46)	66.7% (n = 6)	
Último dia	16.4% (n = 12)	22.2% (n = 2)	
Número atrações visitadas	Md = 3.00 M = 3.71. DP = 1.38	Md = 4.00 M = 5.44. DP = 2.88	0.107 ⁽¹⁾
Número atividades realizadas	Md = 3.00 M = 2.93. DP = 0.86	Md = 4.00 M = 3.67. DP = 1.32	0.075⁽¹⁾
Desorientação			
Não se perdeu	85.3% (n = 58)	66.7% (n = 6)	0.172 ⁽²⁾
Perdeu-se	14.7% (n = 10)	33.3% (n = 3)	
Processos de orientação			
Mapas	69.1% (n = 47)	33.3% (n = 3)	0.059⁽²⁾
Marcos na paisagem urbana	52.9% (n = 36)	66.7% (n = 6)	0.499 ⁽²⁾
App Smartphone	45.6% (n = 31)	22.2% (n = 2)	0.286 ⁽²⁾
Sinalização urbana	23.5% (n = 16)	33.3% (n = 3)	0.681 ⁽²⁾
GPS (automóvel/portátil)	23.5% (n = 16)	11.1% (n = 1)	0.674 ⁽²⁾
Pedidos de informação	20.6% (n = 14)	11.1% (n = 1)	0.680 ⁽²⁾
Meios de transporte			
Caminhar	95.6% (n = 65)	88.9% (n = 8)	0.398 ⁽²⁾
Transporte público	23.5% (n = 16)	33.3% (n = 3)	0.681 ⁽²⁾
Transporte comercial/turístico	10.3% (n = 7)	22.2% (n = 2)	0.282 ⁽²⁾
Automóvel próprio/alugado	4.4% (n = 3)	0.0% (n = 0)	0.685 ⁽²⁾

Md – Mediana; M – Média; DP – Desvio-padrão.

⁽¹⁾ valor de significância do Teste de Kruskal-Wallis; ⁽²⁾ valor de significância do Teste Exato de Fisher.

Fonte: Construção própria.

Foi ainda encontrada uma associação significativa a 5% ao nível dos meios de transporte: os *backpackers* que consultaram outros viajantes utilizaram com menos frequência o transporte público (9.7% vs. 34.8%, $p = 0.015$). O pedido de informações a outros viajantes parece ter algum impacto a nível da territorialidade e locomoção.

Embora os valores de significância do Teste de Kruskal-Wallis e do Teste Exato de Fisher não identifiquem diferenças significativas a 5%, os *backpackers* que não receberam informações de familiares e amigos (Quadro 79) realizaram tendencialmente

menos atividades ($p=0.075 > 0.05$) e utilizaram mais os mapas da cidade para se orientarem ($p=0.059 > 0.05$) durante a visita ao Porto.

Quadro 80. Relação das fontes de informação em suporte papel com os dados do percurso.

Variáveis	Fontes de informação: suporte papel		p
	Não (n = 43)	Sim (n = 39)	
Distância percorrida (km)	Md = 5.23 M = 17.42. DP = 42.63	Md = 5.49 M = 14.66. DP = 40.95	0.978 ⁽¹⁾
Duração da visita (min)	Md = 265.00 M = 325.00. DP = 252.91	Md = 207.48 M = 265.15. DP = 182.33	0.486 ⁽¹⁾
Tempo em movimento (min)	Md = 107.97 M = 154.69. DP = 157.73	Md = 94.38 M = 112.99. DP = 83.86	0.417 ⁽¹⁾
Afastamento máx. alojamento (km)	Md = 1.42 M = 6.84. DP = 21.15	Md = 1.66 M = 5.23. DP = 19.08	0.458 ⁽¹⁾
Velocidade média (km/h)	Md = 1.88 M = 2.86. DP = 3.23	Md = 1.70 M = 2.81. DP = 3.35	0.714 ⁽¹⁾
Diferenças de altitude (m)	Md = 86.00 M = 94.33. DP = 111.88	Md = 85.00 M = 98.59. DP = 115.46	0.849 ⁽¹⁾
Forma geométrica do percurso			
Ida e volta	4.7% (n = 2)	12.8% (n = 5)	0.468 ⁽²⁾
Circular	9.3% (n = 4)	7.7% (n = 3)	
Complexo	86.0% (n = 37)	79.5% (n = 31)	
Dia da estada			
1º dia	18.6% (n = 8)	20.5% (n = 8)	1.000 ⁽²⁾
Intermédio	65.1% (n = 28)	61.5% (n = 24)	
Último dia	16.3% (n = 7)	17.9% (n = 7)	
Número atrações visitadas	Md = 3.00 M = 3.88. DP = 1.79	Md = 4.00 M = 3.92. DP = 1.56	0.812 ⁽¹⁾
Número atividades realizadas	Md = 3.00 M = 3.00. DP = 0.79	Md = 3.00 M = 3.03. DP = 1.09	0.793 ⁽¹⁾
Desorientação			
Não se perdeu	86.8% (n = 33)	79.5% (n = 31)	0.545 ⁽²⁾
Perdeu-se	13.2% (n = 5)	20.5% (n = 8)	
Processos de orientação			
Mapas	57.9% (n = 22)	71.8% (n = 28)	0.238 ⁽²⁾
Marcos na paisagem urbana	57.9% (n = 22)	51.3% (n = 20)	0.649 ⁽²⁾
App Smartphone	44.7% (n = 17)	41.0% (n = 16)	0.820 ⁽²⁾
Sinalização urbana	15.8% (n = 6)	33.3% (n = 13)	0.112 ⁽²⁾
GPS (automóvel/portátil)	31.6% (n = 12)	12.8% (n = 5)	0.058 ⁽²⁾
Pedidos de informação	28.9% (n = 11)	10.3% (n = 4)	0.047⁽²⁾
Meios de transporte			
Caminhar	89.5% (n = 34)	100.0% (n = 39)	0.055 ⁽²⁾
Transporte público	15.8% (n = 6)	33.3% (n = 13)	0.112 ⁽²⁾
Transporte comercial/turístico	15.8% (n = 6)	7.7% (n = 3)	0.310 ⁽²⁾
Automóvel próprio/alugado	2.6% (n = 1)	5.1% (n = 2)	1.000 ⁽²⁾

Md – Mediana; M – Média; DP – Desvio-padrão.

⁽¹⁾ valor de significância do Teste de Kruskal-Wallis; ⁽²⁾ valor de significância do Teste Exato de Fisher.

Fonte: Construção própria.

Não foram realizadas análises estatísticas para as restantes fontes de informação presentes no questionário devido ao número reduzido de respostas obtidas em algumas dessas variáveis. E como o impacto das fontes de informação utilizadas pelos turistas ao nível da sua mobilidade durante um dia de visita a um destino urbano não foi ainda muito explorado, considerou-se pertinente agrupar as fontes de informação presentes

no questionário, nas seguintes categorias: **família e amigos (informação boca-a-boca)**; **fontes de informação em suporte papel** e **fontes de informação online**. A figura 61 sintetiza as principais associações significativas encontradas nestes construtos.

Quadro 81. Relação das fontes de informação online com os dados do percurso.

Variáveis	Fontes de informação: online		p
	Não (n = 37)	Sim (n = 45)	
Distância percorrida (km)	Md = 4.83 M = 8.08. DP = 8.26	Md = 6.23 M = 22.70. DP = 55.07	0.099 ⁽¹⁾
Duração da visita (min)	Md = 194.08 M = 237.93. DP = 173.37	Md = 288.95 M = 344.71. DP = 248.15	0.048 ⁽¹⁾
Tempo em movimento (min)	Md = 77.78 M = 108.81. DP = 91.74	Md = 114.50 M = 156.28. DP = 150.68	0.041 ⁽¹⁾
Afastamento máx. alojamento (km)	Md = 1.44 M = 2.50. DP = 3.31	Md = 1.55 M = 9.01. DP = 26.72	0.384 ⁽¹⁾
Velocidade média (km/h)	Md = 1.84 M = 2.41. DP = 1.73	Md = 1.86 M = 3.19. DP = 4.12	0.834 ⁽¹⁾
Diferenças de altitude (m)	Md = 77.00 M = 73.19. DP = 33.61	Md = 90.00 M = 115.40. DP = 147.39	0.039 ⁽¹⁾
Forma geométrica do percurso			
Ida e volta	13.5% (n = 5)	4.4% (n = 2)	0.020 ⁽²⁾
Circular	16.2% (n = 6)	2.2% (n = 1)	
Complexo	70.3% (n = 26)	93.3% (n = 42)	
Dia da estada			
1º dia	21.6% (n = 8)	17.8% (n = 8)	0.408 ⁽²⁾
Intermédio	67.6% (n = 25)	60.0% (n = 27)	
Último dia	10.8% (n = 4)	22.2% (n = 10)	
Número atrações visitadas	Md = 3.00 M = 3.30. DP = 1.15	Md = 4.00 M = 4.40. DP = 1.88	0.008 ⁽¹⁾
Número atividades realizadas	Md = 3.00 M = 2.70. DP = 0.74	Md = 4.00 M = 3.67. DP = 1.01	0.002 ⁽¹⁾
Desorientação			
Não se perdeu	93.8% (n = 30)	75.6% (n = 34)	0.061 ⁽²⁾
Perdeu-se	6.3% (n = 2)	24.4% (n = 11)	
Processos de orientação			
Mapas	84.4% (n = 27)	51.1% (n = 23)	0.003 ⁽²⁾
Marcos na paisagem urbana	31.3% (n = 10)	71.1% (n = 32)	0.001 ⁽²⁾
App Smartphone	40.6% (n = 13)	44.4% (n = 20)	0.817 ⁽²⁾
Sinalização urbana	21.9% (n = 7)	26.7% (n = 12)	0.790 ⁽²⁾
GPS (automóvel/portátil)	15.6% (n = 5)	26.7% (n = 12)	0.280 ⁽²⁾
Pedidos de informação	15.6% (n = 5)	22.2% (n = 10)	0.567 ⁽²⁾
Meios de transporte			
Caminhar	93.8% (n = 30)	95.6% (n = 43)	1.000 ⁽²⁾
Transporte público	25.0% (n = 8)	24.4% (n = 11)	1.000 ⁽²⁾
Transporte comercial/turístico	6.3% (n = 2)	15.6% (n = 7)	0.291 ⁽²⁾
Automóvel próprio/alugado	3.1% (n = 1)	4.4% (n = 2)	1.000 ⁽²⁾

Md – Mediana; M – Média; DP – Desvio-padrão.

⁽¹⁾ valor de significância do Teste de Kruskal-Wallis; ⁽²⁾ valor de significância do Teste Exato de Fisher.

Fonte: Construção própria.

Uma vez que a utilização de smartphones é já muito elevada nos países ocidentais, e salientando a importância das consultas de informação *online*, Kang (2016) refere a necessidade de se estudar o papel das pesquisas de informação efetuadas através de

smartphones em relação às restrições espaciotemporais dos turistas, pois numa viagem multideestino, à medida que os turistas chegam a um novo destino, têm de fazer pesquisas de informações com frequência.

Como os *backpackers* são conhecidos por utilizarem a internet para planearem as suas viagens, considerou-se pertinente analisar se as fontes de informação, quer em suporte papel, quer em suporte digital (disponíveis na internet), influenciam os movimentos efetuados durante um dia de visita. No quadro 80 que analisa a relação entre as **fontes de informação em suporte papel** com os dados do percurso, observa-se apenas uma associação significativa a 5% relativamente aos pedidos de informação a residentes ($p=0.047$): os *backpackers* que não se socorreram de fontes de informação em suporte papel tiveram tendência a solicitar mais informações a residentes durante o seu dia de visita à cidade, tendo ainda tendência para utilizar com mais frequência o seu GPS ($p=0.058 > 0.05$).

A utilização de **fontes de informação disponíveis online** parece ter influenciado mais o comportamento espaciotemporal dos *backpackers* e a sua mobilidade, tal como tivemos oportunidade de referir a propósito da análise já realizada sobre os turistas que utilizaram motores de pesquisa na internet. Observando o quadro 81, o valor de significância do Teste Kruskal-Wallis revela que os *backpackers* que utilizaram fontes de informação *online* durante a visita realizaram uma visita que durou mais tempo ($p=0.048$), estiveram também mais tempo em movimento ($p=0.041$) e realizaram percursos com maiores diferenças altimétricas ($p=0.039$). Visitaram também mais atrações ($p=0.008$) e realizaram mais atividades ($p=0.002$) do que os *backpackers* que não procuraram informações *online*. O valor de significância do Teste Exato de Fisher revela que aqueles que utilizaram mais as fontes de informação *online* também realizaram percursos mais complexos ($p=0.020$) e utilizaram mais os mapas ($p=0.003$) e os marcos na paisagem urbana ($p=0.001$) para se orientarem durante a visita ao Porto. A consulta de informações *online* sobre o Porto, efetuada antes da visita, demonstrou ter uma grande influência sobre o comportamento espaciotemporal dos *backpackers*, nomeadamente ao nível da linearidade e intensidade da visita. A orientação, locomoção e territorialidade foram subdimensões que também sofreram alguma influência da utilização de fontes de informação disponíveis na internet.

Os *backpackers* são também associados a viajantes frequentes e experimentados (Richards, 2015; Richards & Wilson, 2004a), neste sentido, considerou-se pertinente analisar se a **experiência em viajar** tem alguma consequência no seu comportamento

espaciotemporal durante a visita ao Porto. Como se pode observar pelo quadro 82, os visitantes mais experientes, ou seja, que fazem mais viagens, tendem a efetuar uma visita mais longa ($R = 0.274$, $p = 0.013$) e realizam um maior número de atividades ($R = 0.325$, $p = 0.003$)

Quadro 82. Relação do número de viagens/experiência a viajar com o comportamento espaciotemporal.

Variáveis		Número de viagens	P
Distância percorrida (N = 82)		R = 0.169	0.129 ⁽¹⁾
Duração da visita (N = 82)		R = 0.274	0.013 ⁽¹⁾
Tempo em movimento (N = 82)		R = 0.203	0.067 ⁽¹⁾
Afastamento máx. alojamento (N = 82)		R = 0.096	0.390 ⁽¹⁾
Velocidade média (N = 82)		R = -0.177	0.112 ⁽¹⁾
Diferenças de altitude (N = 82)		R = 0.021	0.850 ⁽¹⁾
Forma geométrica do percurso			
Ida e volta (n = 7)		Md = 3.00, M = 3.29, DP = 2.14	0.081 ⁽²⁾
Circular (n = 7)		Md = 2.00, M = 2.29, DP = 2.06	
Complexo (n = 68)		Md = 4.00, M = 4.71, DP = 3.33	
Número atrações visitadas (N = 82)		R = 0.200	0.071 ⁽¹⁾
Número atividades realizadas (N = 82)		R = 0.325	0.003 ⁽¹⁾
Desorientação			
Não se perdeu (n = 64)		Md = 4.00, M = 4.50, DP = 3.34	0.951 ⁽³⁾
Perdeu-se (n = 13)		Md = 4.00, M = 4.38, DP = 3.07	
Processos de orientação			
Mapas tradicionais	Não (n = 27)	Md = 5.00, M = 5.26, DP = 2.86	0.051 ⁽³⁾
	Sim (n = 50)	Md = 3.00, M = 4.06, DP = 3.43	
Marcos na paisagem urbana	Não (n = 35)	Md = 3.00, M = 3.89, DP = 3.83	0.023 ⁽³⁾
	Sim (n = 42)	Md = 5.00, M = 4.98, DP = 2.68	
App Smartphone	Não (n = 44)	Md = 4.00, M = 4.39, DP = 3.39	0.641 ⁽³⁾
	Sim (n = 33)	Md = 4.00, M = 4.61, DP = 3.16	
Sinalização	Não (n = 58)	Md = 4.00, M = 4.62, DP = 3.43	0.540 ⁽³⁾
	Sim (n = 19)	Md = 3.00, M = 4.05, DP = 2.78	
GPS (carro/portátil)	Não (n = 60)	Md = 4.00, M = 4.32, DP = 2.84	0.697 ⁽³⁾
	Sim (n = 17)	Md = 5.00, M = 5.06, DP = 4.55	
Pedidos de informação a residentes	Não (n = 62)	Md = 4.00, M = 4.29, DP = 2.89	0.665 ⁽³⁾
	Sim (n = 15)	Md = 4.00, M = 5.27, DP = 4.59	
Meios de transporte			
Caminhar	Não (n = 4)	Md = 6.00, M = 8.25, DP = 8.54	0.489 ⁽³⁾
	Sim (n = 73)	Md = 4.00, M = 4.27, DP = 2.73	
Transporte público	Não (n = 59)	Md = 4.00, M = 4.53, DP = 2.93	0.321 ⁽³⁾
	Sim (n = 19)	Md = 3.00, M = 4.32, DP = 4.26	
Transporte comercial/turístico	Não (n = 68)	Md = 4.00, M = 4.60, DP = 3.32	0.351 ⁽³⁾
	Sim (n = 9)	Md = 3.00, M = 3.56, DP = 2.92	
Automóvel próprio/alugado	Não (n = 74)	Md = 4.00, M = 4.53, DP = 3.31	0.551 ⁽³⁾
	Sim (n = 3)	Md = 2.00, M = 3.33, DP = 2.31	

R – Coeficiente de Correlação de Spearman; Md – Mediana; M – Média; DP – Desvio-padrão.

⁽¹⁾ valor de significância do Coeficiente de Correlação de Spearman; ⁽²⁾ valor de significância do Teste de Kruskal-Wallis;

⁽³⁾ valor de significância do Teste de Mann-Whitney.

Fonte: Construção própria.

Durante o dia de visita verificou-se que os *backpackers* mais viajados também utilizam menos os tradicionais mapas turísticos da cidade ($p = 0.051 > 0.05$) para se orientarem, dando mais importância aos marcos na paisagem urbana como o rio, praças, edifícios, entre outros ($p = 0.023$). Verificou-se ainda alguma significância estatística entre os visitantes mais experientes e o tempo em movimento ($R = 0.203$, $p = 0.067$) e o número de visitas a atrações ($R = 0.200$, $p = 0.071$). Além de visitarem mais atrações, os *backpackers* que fizeram mais viagens tendem também a realizar mais percursos

complexos (M = 4.71, DP = 3.33) e menos percursos circulares (M = 2.29, DP = 2.06, $p = 0.081$).

8.3.5.3. Características da viagem

A **duração das viagens** realizadas por turistas *backpackers* e seus subsegmentos tem sido alvo de análise na literatura (Richards, 2015), embora ainda não tenha sido analisada a sua relação com o comportamento espaciotemporal.

Quadro 83. Relação da duração da viagem com o comportamento espaciotemporal.

Variáveis	Tipologia de viagem		p
	Longa duração (N = 40)	Curta duração (N = 42)	
Distância percorrida (km)	Md = 5.16 M = 13.77, DP = 40.40	Md = 5.60 M = 18.32, DP = 43.10	0.683 ⁽¹⁾
Duração da visita (min)	Md = 267.46 M = 300.63, DP = 240.90	Md = 231.44 M = 292.63, DP = 207.09	0.937 ⁽¹⁾
Tempo em movimento (min)	Md = 102.84 M = 141.90, DP = 141.83	Md = 93.33 M = 128.15, DP = 116.81	0.540 ⁽¹⁾
Afastamento máx. alojamento (km)	Md = 1.40 M = 4.68, DP = 18.86	Md = 1.72 M = 7.40, DP = 21.33	0.458 ⁽¹⁾
Velocidade média (km/h)	Md = 1.78 M = 2.60, DP = 3.10	Md = 1.89 M = 3.06, DP = 3.44	0.299 ⁽¹⁾
Diferenças de altitude (m)	Md = 87.00 M = 98.98, DP = 112.39	Md = 84.00 M = 93.86, DP = 114.71	0.666 ⁽¹⁾
Forma geométrica do percurso			
Ida e volta	5.0% (n = 2)	11.9% (n = 5)	0.059 ⁽²⁾
Circular	2.5% (n = 1)	14.3% (n = 6)	
Complexo	92.5% (n = 37)	73.8% (n = 31)	
Número atrações visitadas	Md = 3.50 M = 4.15, DP = 2.06	Md = 3.50 M = 3.67, DP = 1.18	0.568 ⁽¹⁾
Número atividades realizadas	Md = 3.00 M = 3.05, DP = 0.96	Md = 3.00 M = 2.98, DP = 0.92	0.594 ⁽¹⁾
Desorientação			
Não se perdeu	86.1% (n = 31)	80.5% (n = 33)	0.557 ⁽²⁾
Perdeu-se	13.9% (n = 5)	19.5% (n = 8)	
Processos de orientação			
Mapas	50.0% (n = 18)	78.0% (n = 32)	0.016 ⁽²⁾
Marcos na paisagem urbana	72.2% (n = 26)	39.0% (n = 16)	0.006 ⁽²⁾
App Smartphone	47.2% (n = 17)	39.0% (n = 16)	0.497 ⁽²⁾
Sinalização urbana	25.0% (n = 9)	24.4% (n = 10)	0.999 ⁽²⁾
GPS (automóvel/portátil)	25.0% (n = 9)	19.5% (n = 8)	0.593 ⁽²⁾
Pedidos de informação	16.7% (n = 6)	22.0% (n = 9)	0.774 ⁽²⁾
Meios de transporte			
Caminhar	100.0% (n = 36)	90.2% (n = 37)	0.118 ⁽²⁾
Transporte público	27.8% (n = 10)	22.0% (n = 9)	0.604 ⁽²⁾
Transporte comercial/tur.	11.1% (n = 4)	12.2% (n = 5)	0.999 ⁽²⁾
Automóvel próprio/alugado	0,0% (n = 0)	7,3% (n = 3)	0.243 ⁽²⁾

Md – Mediana; M – Média; DP – Desvio-padrão.

⁽¹⁾ valor de significância do Teste de Mann-Whitney; ⁽²⁾ valor de significância do Teste Exato de Fisher.

Fonte: Construção própria.

Os *backpackers* que se encontram a fazer uma viagem de longa duração têm habitualmente um plano de viagem que envolve a visita a vários países e/ou a várias

idades o que poderá influenciar o número de atrações a visitar, o número de atividades a realizar, a distância percorrida em cada dia de visita, entre outros. À medida que o tempo em viagem vai passando será natural que o cansaço se vá acumulando e que o orçamento temporal dedicado às visitas seja influenciado.

Quadro 84. Relação da tipologia da viagem com os dados do percurso

Variáveis	Tipologia da viagem			p
	Porto como destino único (n = 19)	Viagem multidestino nacional (n = 22)	Viagem multidestino internacional (n = 41)	
Distância percorrida (km)	Md = 6.13 M = 9.64, DP = 9.37	Md = 4.12 M = 7.83, DP = 9.74	Md = 6.23 M = 23.54, DP = 57.46	0.178 ⁽¹⁾
Duração da visita (min)	Md = 194.08 M = 250.71, DP = 172.47	Md = 218.78 M = 273.06, DP = 213.49	Md = 306.00 M = 330.36, DP = 246.55	0.483 ⁽¹⁾
Tempo em movimento (min)	Md = 98.57 M = 96.89, DP = 43.15	Md = 78.06 M = 96.39, DP = 60.76	Md = 110.79 M = 173.10, DP = 167.09	0.168 ⁽¹⁾
Afastamento máx. alojamento (km)	Md = 1.80 M = 2.82, DP = 3.23	Md = 1.13 M = 2.25, DP = 3.02	Md = 1.55 M = 9.63, DP = 27.96	0.138 ⁽¹⁾
Velocidade média (km/h)	Md = 2.45 M = 2.76, DP = 1.77	Md = 1.46 M = 2.09, DP = 1.99	Md = 1.88 M = 3.27, DP = 4.20	0.095 ⁽¹⁾
Diferenças de altitude (m)	Md = 82.00 M = 81.95, DP = 26.35	Md = 80.00 M = 78.82, DP = 37.58	Md = 89.00 M = 112.44, DP = 155.66	0.577 ⁽¹⁾
Forma geométrica do percurso				
Ida e volta	5.3% (n = 1)	18.2% (n = 4)	4.9% (n = 2)	0.479 ⁽²⁾
Circular	10.5% (n = 2)	9.1% (n = 2)	7.3% (n = 3)	
Complexo	84.2% (n = 16)	72.7% (n = 16)	87.8% (n = 36)	
Dia da estada				
1º dia	10.5% (n = 2)	27.3% (n = 6)	19.5% (n = 8)	0.610 ⁽²⁾
Intermédio	63.2% (n = 12)	59.1% (n = 13)	65.9% (n = 27)	
Último dia	26.3% (n = 5)	13.6% (n = 3)	14.6% (n = 6)	
Número atrações visitadas	Md = 4.00 M = 3.79, DP = 1.03	Md = 3.00 M = 3.59, DP = 1.14	Md = 4.00 M = 4.12, DP = 2.10	0.742 ⁽¹⁾
Número atividades realizadas	Md = 3.00 M = 2.95, DP = 0.85	Md = 3.00 M = 2.82, DP = 0.85	Md = 3.00 M = 3.15, DP = 1.01	0.395 ⁽¹⁾
Desorientação				
Não se perdeu	84.2% (n = 16)	77.3% (n = 17)	86.1% (n = 31)	0.679 ⁽²⁾
Perdeu-se	15.8% (n = 3)	22.7% (n = 5)	13.9% (n = 5)	
Processos de orientação				
Mapas	84.2% (n = 16)	68.2% (n = 15)	52.8% (n = 19)	0.059 ⁽²⁾
Marcos na paisagem urbana	52.6% (n = 10)	54.5% (n = 12)	55.6% (n = 20)	1.000 ⁽²⁾
App Smartphone	42.1% (n = 8)	40.9% (n = 9)	44.4% (n = 16)	1.000 ⁽²⁾
Sinalização urbana	31.6% (n = 6)	27.3% (n = 6)	19.4% (n = 7)	0.556 ⁽²⁾
GPS (automóvel/portátil)	26.3% (n = 5)	22.7% (n = 5)	19.4% (n = 7)	0.830 ⁽²⁾
Pedidos de informação	26.3% (n = 5)	9.1% (n = 2)	22.2% (n = 8)	0.322 ⁽²⁾
Meios de transporte				
Caminhar	100.0% (n = 19)	95.5% (n = 21)	91.7% (n = 33)	0.689 ⁽²⁾
Transporte público	36.8% (n = 7)	27.3% (n = 6)	16.7% (n = 6)	0.225 ⁽²⁾
Transporte comercial/tur.	15.8% (n = 3)	9.1% (n = 2)	11.1% (n = 4)	0.812 ⁽²⁾
Automóvel próprio/alugado	0.0% (n = 0)	13.6% (n = 3)	0.0% (n = 0)	0.034⁽²⁾

Md – Mediana; M – Média; DP – Desvio-padrão.

⁽¹⁾ valor de significância do Teste de Kruskal-Wallis; ⁽²⁾ valor de significância do Teste Exato de Fisher.

Fonte: Construção própria.

Neste estudo, os *backpackers* que aceitaram realizar o rastreamento e que se encontram a realizar uma **viagem de longa duração** tendem a realizar percursos

complexos com mais frequência do que os *backpackers* que se encontram a fazer uma viagem de curta duração (92.5% vs. 73.8% - $p = 0.059 > 0.05$).

Quadro 85. Relação do grupo de viagem com o comportamento espaciotemporal.

Variáveis	Grupo de viagem		p
	Sem acompanhantes (N = 48)	Com acompanhantes (N = 34)	
Distância percorrida (km)	Md = 5.36 M = 18.09, DP = 51.38	Md = 5.56 M = 13.30, DP = 21.79	0.389 ⁽¹⁾
Duração da visita (min)	Md = 218.78 M = 287.91, DP = 241.08	Md = 277.87 M = 308.70, DP = 197.16	0.349 ⁽¹⁾
Tempo em movimento (min)	Md = 96.73 M = 132.26, DP = 137.32	Md = 98.40 M = 138.53, DP = 118.15	0.547 ⁽¹⁾
Afastamento máx. alojamento (km)	Md = 1.51 M = 7.08, DP = 24.08	Md = 1.52 M = 4.66, DP = 12.70	0.814 ⁽¹⁾
Velocidade média (km/h)	Md = 1.85 M = 3.07, DP = 3.94	Md = 1.88 M = 2.51, DP = 1.98	0.970 ⁽¹⁾
Diferenças de altitude (m)	Md = 84.00 M = 105.98, DP = 144.98	Md = 88.00 M = 82.76, DP = 32.14	0.713 ⁽¹⁾
Forma geométrica do percurso			
Ida e volta	8.3% (n = 4)	8.8% (n = 3)	0.906 ⁽²⁾
Circular	10.4% (n = 5)	5.9% (n = 2)	
Complexo	81.3% (n = 39)	85.3% (n = 29)	
Número atrações visitadas	Md = 3.00 M = 3.75, DP = 1.63	Md = 4.00 M = 4.12, DP = 1.74	0.372 ⁽¹⁾
Número atividades realizadas	Md = 3.00 M = 3.02, DP = 0.91	Md = 3.00 M = 3.00, DP = 0.98	0.919 ⁽¹⁾
Desorientação			
Não se perdeu	82.2% (n = 37)	84.4% (n = 27)	0.999 ⁽²⁾
Perdeu-se	17.8% (n = 8)	15.6% (n = 5)	
Processos de orientação			
Mapas	62.2% (n = 28)	68.8% (n = 22)	0.632 ⁽²⁾
Marcos na paisagem urbana	51.1% (n = 23)	59.4% (n = 19)	0.496 ⁽²⁾
App Smartphone	48.9% (n = 22)	34.4% (n = 11)	0.247 ⁽²⁾
Sinalização urbana	24.4% (n = 11)	25.0% (n = 8)	0.999 ⁽²⁾
GPS (automóvel/portátil)	22.2% (n = 10)	21.9% (n = 7)	0.999 ⁽²⁾
Pedidos de informação	13.3% (n = 6)	28.1% (n = 9)	0.146 ⁽²⁾
Meios de transporte			
Caminhar	95.6% (n = 43)	93.8% (n = 30)	0.999 ⁽²⁾
Transporte público	26.7% (n = 12)	21.9% (n = 7)	0.790 ⁽²⁾
Transporte comercial/tur.	4.4% (n = 2)	21.9% (n = 7)	0.029 ⁽²⁾
Automóvel próprio/alugado	2.2% (n = 1)	6.3% (n = 2)	0.567 ⁽²⁾

Md – Mediana; M – Média; DP – Desvio-padrão.

⁽¹⁾ valor de significância do Teste de Mann-Whitney; ⁽²⁾ valor de significância do Teste Exato de Fisher.

Fonte: Construção própria.

Mas as associações mais significativas encontram-se nos processos de orientação durante a visita à cidade: aqueles que se encontram a fazer uma viagem de longa duração tendem a utilizar menos os mapas da cidade (50.0% vs. 78.0% - $p = 0.016$) e a servirem-se com mais frequência dos marcos de referência na paisagem urbana (72.2% vs. 39.0% - $p = 0.006$) (Quadro 83).

Quadro 86. Relação do tamanho do grupo com o comportamento espaciotemporal.

Variáveis	Tamanho do grupo	<i>p</i>	
Distância percorrida (N = 82)	R = 0.115	0.320 ⁽¹⁾	
Duração da visita (N = 82)	R = 0.128	0.269 ⁽¹⁾	
Tempo em movimento (N = 82)	R = 0.143	0.216 ⁽¹⁾	
Afastamento máx. alojamento (N = 82)	R = 0.074	0.523 ⁽¹⁾	
Velocidade média (N = 82)	R = 0.019	0.871 ⁽¹⁾	
Diferenças de altitude (N = 82)	R = 0.060	0.605 ⁽¹⁾	
Forma geométrica do percurso			
Ida e volta (n = 7)	Md = 0.00, M = 0.43, DP = 0.53	0.531 ⁽²⁾	
Circular (n = 7)	Md = 1.00, M = 0.57, DP = 0.53		
Complexo (n = 68)	Md = 1.00, M = 1.00, DP = 1.30		
Número atrações visitadas (N = 82)	R = 0.093	0.422 ⁽¹⁾	
Número atividades realizadas (N = 82)	R = 0.129	0.262 ⁽¹⁾	
Desorientação			
Não se perdeu (n = 64)	Md = 1.00, M = 0.95, DP = 1.25	0.518 ⁽³⁾	
Perdeu-se (n = 13)	Md = 0.00, M = 0.69, DP = 0.95		
Processos de orientação			
Mapas	Não (n = 27)	Md = 0.00, M = 0.89, DP = 1.40	0.457 ⁽³⁾
	Sim (n = 50)	Md = 1.00, M = 0.92, DP = 1.10	
Marcos na paisagem urbana	Não (n = 35)	Md = 1.00, M = 1.00, DP = 1.41	0.908 ⁽³⁾
	Sim (n = 42)	Md = 1.00, M = 0.83, DP = 1.01	
App Smartphone	Não (n = 44)	Md = 1.00, M = 0.98, DP = 1.19	0.293 ⁽³⁾
	Sim (n = 33)	Md = 0.00, M = 0.82, DP = 1.24	
Sinalização urbana	Não (n = 58)	Md = 1.00, M = 0.97, DP = 1.34	0.858 ⁽³⁾
	Sim (n = 19)	Md = 1.00, M = 0.74, DP = 0.65	
GPS (automóvel/portátil)	Não (n = 60)	Md = 1.00, M = 0.87, DP = 1.21	0.446 ⁽³⁾
	Sim (n = 17)	Md = 1.00, M = 1.06, DP = 1.20	
Pedidos de informação a residentes	Não (n = 62)	Md = 1.00, M = 0.82, DP = 1.06	0.433 ⁽³⁾
	Sim (n = 15)	Md = 1.00, M = 1.27, DP = 1.67	
Meios de transporte			
Caminhar	Não (n = 4)	Md = 2.50, M = 2.50, DP = 2.89	0.428 ⁽³⁾
	Sim (n = 73)	Md = 1.00, M = 0.82, DP = 1.02	
Transporte público	Não (n = 59)	Md = 1.00, M = 0.91, DP = 1.29	0.610 ⁽³⁾
	Sim (n = 19)	Md = 1.00, M = 0.89, DP = 0.94	
Transporte comercial/turístico	Não (n = 68)	Md = 1.00, M = 0.75, DP = 0.97	0.030 ⁽³⁾
	Sim (n = 9)	Md = 2.00, M = 2.11, DP = 2.03	
Automóvel próprio/alugado	Não (n = 74)	Md = 1.00, M = 0.88, DP = 1.20	0.125 ⁽³⁾
	Sim (n = 3)	Md = 1.00, M = 1.67, DP = 1.15	

R – Coeficiente de Correlação de Spearman; Md – Mediana; M – Média; DP – Desvio-padrão.

⁽¹⁾ valor de significância do Coeficiente de Correlação de Spearman; ⁽²⁾ valor de significância do Teste de Kruskal-Wallis;

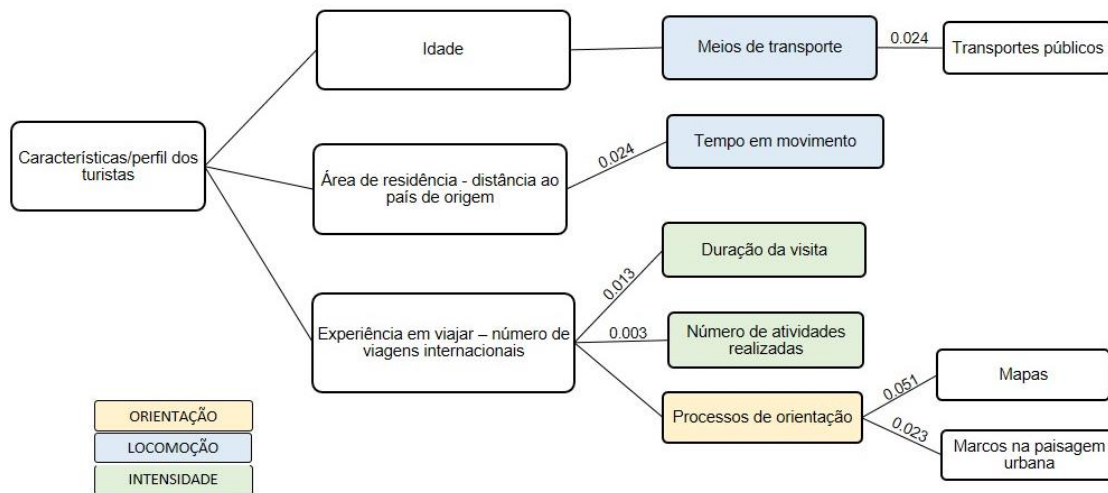
⁽³⁾ valor de significância do Teste de Mann-Whitney.

Fonte: Construção própria.

Além da duração da viagem, foi ainda analisada a **tipologia da viagem** que os *backpackers* se encontram a fazer: viagem exclusiva ao Porto; viagem multidestino a Portugal e viagem multidestino internacional (Quadro 84). Verificou-se apenas uma associação estatisticamente significativa a 5% relativamente ao automóvel próprio/alugado ($p=0.034$) entre os *backpackers* que se encontram a realizar uma viagem multidestino nacional. Aqueles que visitaram apenas o Porto também tiveram tendência para utilizar mais os mapas da cidade para se orientarem durante a sua visita ($p=0.059 > 0.05$). Não se verificou assim um maior envolvimento nem um consumo do destino mais sistemático daqueles que tiveram o Porto como destino único como sugerido por McKercher, Wong & Lau (2006).

O **grupo de viagem (com ou sem acompanhantes)** apenas se encontra significativamente relacionado com a utilização de transporte comercial/turístico ($p = 0.029$), que é mais utilizado pelos *backpackers* que se encontram a viajar com acompanhantes (21.9%) do que pelos que viajam sem acompanhantes (4.4%) (Quadro 85). Relativamente ao **número de elementos do grupo de viagem** (Quadro 86), só foi encontrada uma relação significativa com a utilização de transportes comerciais/turísticos ($p = 0.030$), mostrando uma maior tendência de utilização de *city tours* entre os *backpackers* que se encontram a viajar em grupos mais numerosos.

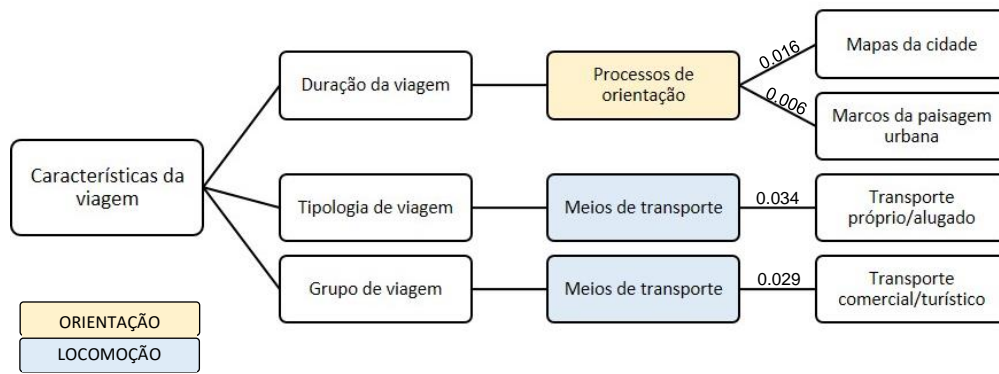
As relações estatísticas mais significativas são apresentadas sob a forma de esquemas síntese que simplificam a leitura das principais conclusões obtidas na análise bivariada.



Fonte: Construção própria.

Figura 58. Esquema síntese das associações mais significativas entre as características dos turistas *backpackers* e o seu comportamento espaciotemporal

A análise da figura anterior permite-nos concluir que as características sociodemográficas dos *backpackers* que visitam o Porto têm influência no seu comportamento espaciotemporal, nomeadamente ao nível da locomoção, intensidade da visita e orientação.



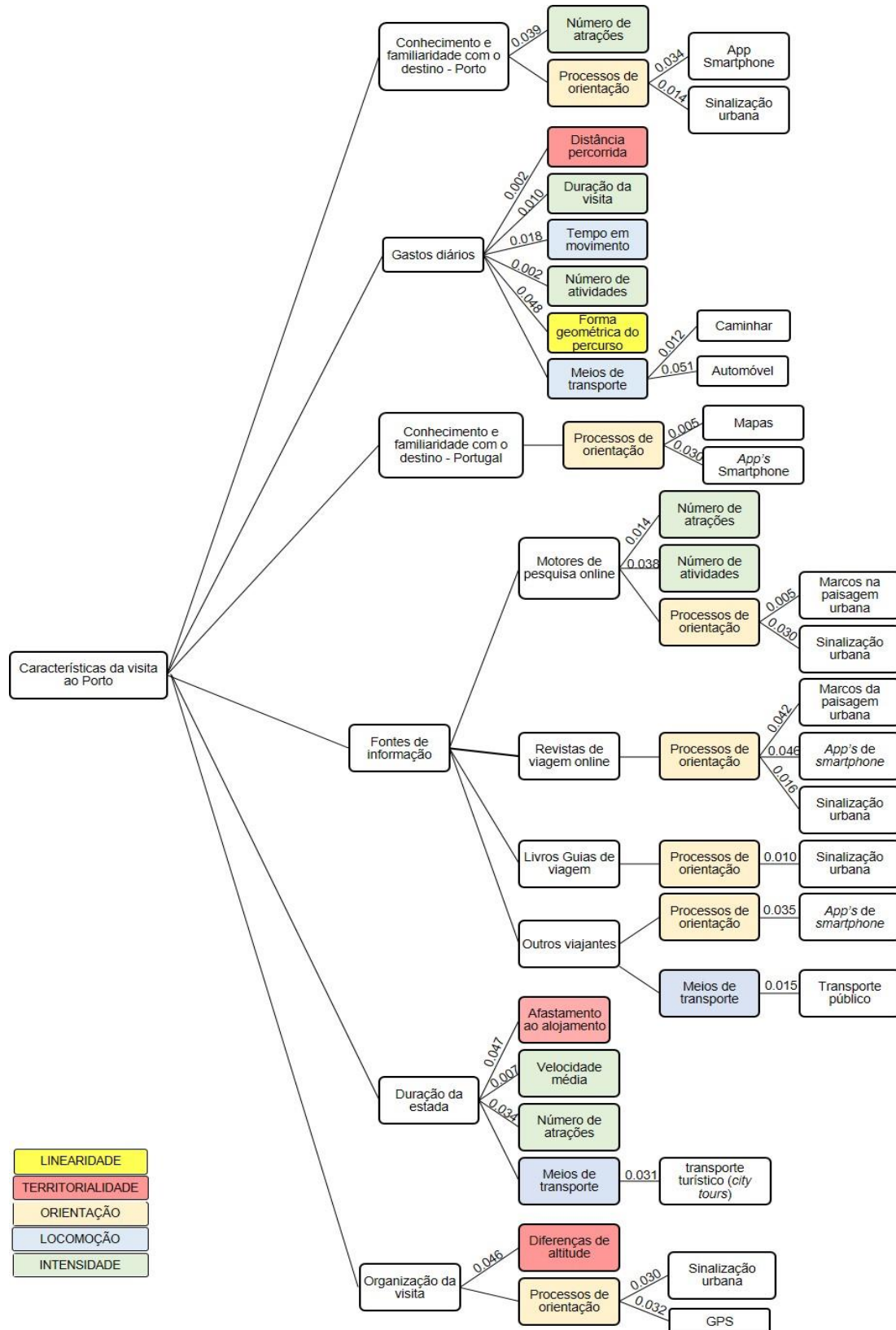
Fonte: Construção própria.

Figura 59. Esquema síntese das associações mais significativas entre as características da viagem e o comportamento espaciotemporal dos turistas *backpackers*.

As características da viagem e a sua influência no comportamento espaciotemporal dos turistas durante um dia de visita a um destino urbano não foi ainda devidamente explorado pela literatura. Tal como a duração da estada ou o grupo de visita influenciam a visita aos destinos, também a duração e tipologia da viagem bem como o grupo de viagem poderão ter influência no comportamento espaciotemporal dos turistas.

Como os *backpackers* são viajantes experientes e adeptos de viagens multidesino, estas características terão certamente influência na forma como exploram e visitam um determinado lugar. As características da viagem que os *backpackers* estavam a realizar aquando da sua estada no Porto, evidenciaram algumas associações significativas ao nível da orientação e locomoção (Figura 59).

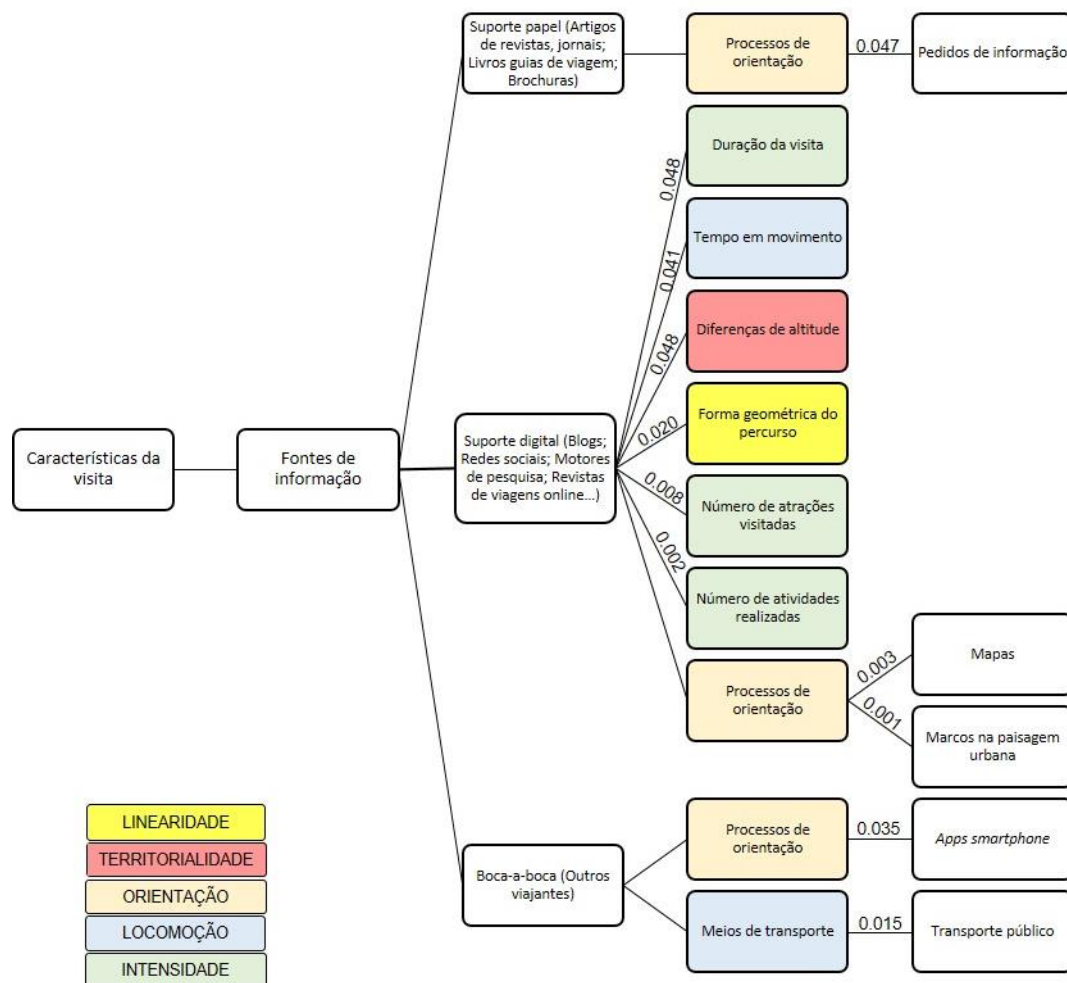
No entanto, as **características da visita** foram aquelas que mais influência tiveram no comportamento espaciotemporal dos *backpackers*, quer a nível da territorialidade, locomoção, linearidade, mas sobretudo a nível da intensidade e orientação. Aqui destaca-se o importante papel das **fontes de informação** utilizadas durante a visita à cidade onde se verificam associações significativas em relação aos processos de orientação, número de atrações e atividades realizadas e ainda nos meios de transporte (Figura 60). Como as fontes de informação são muito variadas e parecem ter um papel importante na mobilidade dos turistas durante a sua visita à cidade, considerou-se pertinente, analisar a sua relevância, agrupando todas as fontes de informação em suporte papel, em suporte digital e boca-a-boca. Nos pedidos de informações boca-a-boca, as informações dadas por amigos e familiares não apresentaram associações significativas, pelo que se consideraram apenas as informações boca-a-boca dadas por outros viajantes.



Fonte: Construção própria.

Figura 60. Esquema síntese das associações mais significativas entre as características da visita e o comportamento espaciotemporal dos *backpacker*

Pela análise da figura 61 verifica-se que as fontes de informação utilizadas pelos turistas e agrupadas nas categorias suporte papel, suporte digital e informações boca-a-boca, são uma característica da visita que condiciona o seu comportamento espaciotemporal, na dimensão multiatração (intensidade), mas sobretudo na dimensão movimento (territorialidade, orientação, linearidade e locomoção).



Fonte: Construção própria.

Figura 61. Esquema síntese das associações mais significativas entre as fontes de informação utilizadas durante a visita e o comportamento espaciotemporal dos backpacker

Pela análise da figura anterior verifica-se que as fontes de informação utilizadas pelos turistas são uma característica da visita que condiciona o seu comportamento espaciotemporal, na dimensão multiatração (intensidade), mas sobretudo na dimensão movimento (territorialidade, orientação, linearidade e locomoção).

Apresenta-se no quadro 87 uma síntese das principais associações significativas encontradas na investigação.

Quadro 87. Síntese da análise bivariada – associações significativas a 5%

Características sociodemográficas/perfil dos turistas	
Idade	Os <i>backpackers</i> mais velhos utilizaram mais transportes públicos ($p = 0.024$)
Área de residência - distância ao país de origem	Os <i>backpackers</i> cujos países de origem são mais distantes (<i>long haul</i>) estiveram mais tempo em movimento ($p = 0.024$) durante o dia de visita à cidade.
Experiência em viajar – número de viagens internacionais	Os <i>backpackers</i> mais experientes tendem a efetuar uma visita mais longa ($R = 0.274$, $p = 0.013$), realizam um maior número de atividades ($R = 0.325$, $p = 0.003$), utilizam menos os tradicionais mapas turísticos da cidade ($p = 0.051 > 0.05$) para se orientar, dando mais importância aos marcos na paisagem urbana como o rio, praças, edifícios, entre outros ($p = 0.023$).
Características da viagem	
Duração da viagem	Os <i>backpackers</i> que se encontram a realizar uma viagem de longa duração utilizam menos os mapas da cidade (50.0% vs. 78.0%; $p = 0.016$) dando preferência aos marcos de referência na paisagem urbana (72.2% vs. 39.0%; $p = 0.006$).
Grupo de viagem	Os <i>backpackers</i> que se encontram a viajar acompanhados utilizam mais os transportes turísticos/comerciais ($p = 0.029$). Há uma maior tendência na utilização de transportes turísticos/comerciais ($p = 0.030$), por <i>backpackers</i> que chegaram à cidade em grupos mais numerosos .
Tipologia de viagem	Os <i>backpackers</i> que se encontram a realizar uma viagem multidestino pelo território nacional utilizam mais o automóvel próprio/alugado ($p=0.034$). Aqueles que têm o Porto como destino único também tiveram tendência para utilizar mais os mapas da cidade para se orientar durante a sua visita ($p=0.059 > 0.05$).
Características da visita ao Porto	
Conhecimento e familiaridade com o destino Porto	Os <i>backpackers</i> que nunca tinham estado no Porto visitaram mais atrações ($p = 0.039$) e revelaram tendência para realizar mais atividades ($p = 0.077$). Em termos de processos de orientação os visitantes que nunca tinham estado no Porto, utilizaram mais as <i>Apps Smartphone</i> (50.0% vs. 21.1% - $p = 0.034$) dando menos importância à sinalização urbana (17.2% vs. 47.4% - $p = 0.014$).
Gastos diários	Os <i>backpackers</i> que têm gastos médios diários mais elevados , realizam percursos mais longos ($R = 0.348$, $p = 0.002$) fazendo, por isso, visitas mais prolongadas ($R = 0.294$, $p = 0.010$). Registam ainda um tempo em movimento ($R = 0.269$, $p = 0.018$) maior e realizam um maior número de atividades ($R = 0.342$, $p = 0.002$). Tendem também a realizar com mais frequência percursos complexos ($p = 0.048$) e caminham com menos frequência ($p = 0.012$) utilizando por isso, mais o automóvel próprio/alugado ($p = 0.051 > 0.05$).
Fontes de informação	Suporte papel Os <i>backpackers</i> que não se socorreram de fontes de informação em suporte papel tiveram tendência a solicitar mais informações a residentes durante o seu dia de visita à cidade ($p=0.047$). Relativamente aos <i>backpackers</i> que utilizaram mais os populares livros guias de viagem (i.e. <i>Lonely Planet</i> , <i>Rough Guide</i> , entre outros), verificou-se que usaram com mais frequência a sinalização urbana (44.0% vs. 15.4% - $p = 0.010$) para se orientarem.

Suporte digital (online)	<p>Os <i>backpackers</i> que utilizaram como fonte de informação os motores de pesquisa na internet (i.e. Google) visitaram um maior número de atrações ($p = 0.014$), realizaram mais atividades ($p = 0.038$) e utilizaram com mais frequência os marcos na paisagem urbana (74.2% vs. 41.3% $p = 0.005$) e a sinalização urbana (38.7% vs. 15.2% - $p = 0.030$) para se orientar durante a visita à cidade.</p> <p>Entre os que utilizaram revistas de viagem online, verificou-se que durante a visita socorreram-se com mais frequência de marcos da paisagem urbana (80.0% vs. 48.4% - $p = 0.042$), utilizaram mais <i>Apps de smartphone</i> (66.7% vs. 37.1% - $p = 0.046$) e o GPS (40.0% vs. 17.7% - $p = 0.084$) e utilizaram menos a sinalização urbana (0.0% vs. 30.6% - $p = 0.016$).</p> <p>Os <i>backpackers</i> que utilizaram fontes de informação online durante a visita realizaram uma visita que durou mais tempo ($p=0.048$), estiveram também mais tempo em movimento ($p=0.041$) e realizaram percursos com maiores diferenças altimétricas ($p=0.039$). Visitaram também mais atrações ($p=0.008$) e realizaram mais atividades ($p=0.002$) do que os <i>backpackers</i> que não procuraram informações <i>online</i>. Também realizaram percursos mais complexos ($p=0.020$) e utilizaram mais os mapas ($p=0.003$) e os marcos na paisagem urbana ($p=0.001$) para se orientarem durante a visita ao Porto.</p>
Informações boca-a-boca	Os <i>backpackers</i> que consultaram outros viajantes (informação boca-a-boca) utilizaram com mais frequência as <i>Apps de smartphone</i> para se orientarem durante a visita (58.1% vs. 32.6% - $p = 0.035$) e usaram com menos frequência o transporte público (9.7% vs. 34.8% - $p = 0.015$).
Duração da estada	Registou-se uma correlação positiva do número de dias de estada com o afastamento máximo ao alojamento ($R = 0.220$; $p = 0.047$) e com a velocidade média ($R = 0.296$; $p = 0.007$) e negativa com o número de atrações visitadas ($R = -0.234$; $p = 0.034$). Os <i>backpackers</i> com mais dias de estada tendem a utilizar menos o transporte turístico do que os que têm estadas mais curtas ($p = 0.031$).
Fase da estada	Os <i>backpackers</i> que visitam a cidade num dia intermédio da sua estada têm tendência para se afastarem mais do alojamento ($M = 7.35$, $DP = 23.11$, $p = 0.095 > 0.05$) e a utilizar mais o transporte público ($p = 0.069 > 0.05$).
Organização da visita	Os <i>backpackers</i> que realizaram uma visita organizada à cidade efetuaram percursos que registaram maiores diferenças de altitude ($p = 0.046$). Os que realizaram uma visita independente socorreram-se mais da sinalização urbana (29.7% vs. 0.0% - $p = 0.030$) e menos do GPS (17.2% vs. 46.2% - $p = 0.032$) como processos de orientação.
Conhecimento e familiaridade com o destino Portugal	Os <i>backpackers</i> que nunca tinham visitado Portugal utilizaram mais os mapas turísticos da cidade (76.5% vs. 42.3% - $p = 0.005$) e as <i>App's de smartphone</i> (51.0% vs. 26.9% - $p = 0.054$) para se orientarem.
Tipo de alojamento – tipologia de quarto	Os visitantes que ficaram em dormitórios utilizaram mais as <i>App's de Smartphones</i> para se orientarem ($p = 0.037$) durante a visita.

Fonte: Construção própria.

8.4. Conclusão

Como o objetivo central desta investigação é compreender o comportamento espaciotemporal dos turistas que constituem o diversificado segmento *backpacker*, num destino urbano multiatração, para uma gestão mais eficaz e eficiente do território, procedeu-se neste capítulo à análise dos dados recolhidos através da aplicação de um questionário focado no perfil dos turistas *backpackers*, nas características da viagem que se encontram a realizar, nas características da sua visita ao Porto e ainda no seu comportamento espaciotemporal no que diz respeito à mobilidade e às atrações visitadas e atividades realizadas.

A análise estatística dos questionários (n=293) teve em consideração a fiabilidade das escalas utilizadas nas questões das motivações e os dados recolhidos foram alvo de uma análise centrada na estatística descritiva, que permitiu conhecer com maior profundidade o mercado *backpacker* do destino Porto. Realizou-se depois a análise do comportamento espaciotemporal dos *backpackers* que aceitaram fazer e com sucesso, o rastreamento GPS através de uma aplicação de *smartphone* (n=82). Para o efeito fez-se a **análise da estatística descritiva** dos dados dos questionários e da informação relativa aos percursos rastreados pelos participantes. Seguiu-se a **análise bivariada** que permitiu conhecer as associações mais significativas entre um conjunto de variáveis ligadas às características dos turistas, às características da viagem e às características da visita com as informações recolhidas por GPS relativas aos movimentos efetuados.

Concluiu-se que o comportamento espaciotemporal dos turistas *backpackers*, na sua **dimensão movimento**, é influenciado a nível da **territorialidade** (distância percorrida, afastamento ao alojamento e diferenças de altitude); **linearidade** (forma geométrica do percurso), **orientação** (processos/referenciais de orientação) e **locomoção** (tempo em movimento, meios de transporte).

Na **dimensão multiatração**, o comportamento espaciotemporal dos *backpackers* sofre influência ao nível da **intensidade** (número de atividades realizadas e de atrações visitadas e duração da visita).

Todos os resultados obtidos serão alvo de uma análise mais profunda no capítulo seguinte onde serão discutidos com mais pormenor.

Realizou-se ainda a **análise espacial** da informação georreferenciada no *software* QGIS 3.2.0, que permitiu cartografar os percursos efetuados pelos *backpackers* durante

um dia de visita à cidade do Porto. As opções de construção da cartografia temática incidiram no mapeamento de todos os percursos, no mapeamento do número de passagens por área (50 metrosx50 metros), tendo-se optado também pela construção de **mapas 2.5D** – opção disponível no *software* utilizado – representativos do tempo total despendido por área (50 metrosx50 metros) e do tempo médio despendido por área (50 metrosx50 metros) em detrimento dos mapas de calor, devido à maior facilidade de leitura e interpretação dos primeiros.

A análise espacial efetuada em ambiente S.I.G. permitiu verificar a existência de uma **grande concentração de movimentos/passagens no centro histórico da cidade do Porto**, nomeadamente nas principais ruas de acesso à área classificada pela UNESCO como Património da Humanidade (avenida dos Aliados, praça da Liberdade, rua Mouzinho da Silveira, rua das Flores, praça da ribeira e cais da ribeira). Se as áreas com os tempos de permanência mais longos coincidem, em geral, com as principais áreas com o maior número de passagens, as áreas com tempos médios de permanência mais elevados já não coincidem exatamente com as áreas com maiores intensidades de passagens. Identificaram-se ainda os territórios menos populares, coincidentes as áreas mais periféricas da cidade, localizadas a norte. As **tipologias de atrações** mais visitadas são a zona histórica classificada pela UNESCO e os monumentos e edifícios históricos, em linha com o perfil histórico e monumental da cidade, reconhecido internacionalmente. A atividade mais popular é caminhar pela cidade.

Numa tentativa de encontrar padrões de visita espaciotemporais foi ainda realizado o **alinhamento sequencial múltiplo** de todos os percursos rastreados. Conhecida a sequência de áreas visitadas por cada turista (freguesias) e o tempo de permanência em cada uma delas foi possível realizar o alinhamento sequencial com recurso ao *software* ClustalG que resultou na **identificação de 10 padrões de comportamento espaciotemporal** distintos. Verificou-se a existência de um subgrupo constituído por visitantes com foco no património histórico; um subgrupo marcado pela sua reduzida dispersão territorial; um subgrupo constituído por *backpackers* muito jovens; um subgrupo com foco nas artes; um outro, constituído por *backpackers* grandes exploradores devido à sua grande dispersão territorial; um subgrupo marcado pela elevada instrução dos seus elementos; um outro subgrupo constituído por *backpackers* com interesse específico no enoturismo; um outro constituído por *backpackers* com orçamentos diários mais reduzidos e um outro constituído por viajantes muito experientes.

Capítulo 9. Síntese e conclusões

9.1. Introdução

Pretendeu-se com este trabalho estudar um segmento de mercado que tem assumido ao longo das últimas décadas uma maior relevância económica e social um pouco por todo o mundo (Hampton, 1998; Loker-Murphy, 1997; Martins & Costa, 2017; Rogerson, 2007a; Visser, 2004). Em Portugal, apesar do aumento do número de *hostels* verificado em todo o país e nos principais centros urbanos em particular, a inexistência de estatísticas oficiais sobre os turistas *backpackers* que nos visitam, dificulta a realização de investigações que permitam conhecer este segmento tão complexo e heterogéneo. Por conseguinte, considerou-se relevante ter como foco de investigação os turistas *backpackers* que visitam o destino urbano Porto, tendo como objetivo central compreender o seu comportamento espaciotemporal.

Este capítulo encontra-se estruturado da seguinte forma: apresentam-se em primeiro lugar as principais conclusões deste estudo, dando resposta à questão de investigação, ao objetivo central e respetivos objetivos específicos; segue-se uma secção dedicada aos contributos ao nível da gestão e marketing e uma secção dedicada aos contributos teóricos e metodológicos. Termina-se com a identificação e discussão das limitações desta investigação e com a apresentação de um conjunto de recomendações que advêm dos resultados obtidos.

9.2. Principais conclusões da investigação

O comportamento espaciotemporal dos turistas tem vindo a chamar a atenção de inúmeros investigadores a nível internacional, no entanto, o segmento *backpacker*, caracterizado como complexo e heterogéneo e de grande relevância económica para os destinos não foi ainda estudado sob essa perspetiva. Perante a questão de investigação que serviu de ponto de partida deste estudo - **como o segmento de turistas *backpackers* consome e experiencia o destino urbano Porto?** – ficou evidente que alguns fatores relativos às suas características sociodemográficas (distância ao país de origem e a sua experiência em viajar), às características da visita (conhecimento e familiaridade com o destino, a duração da estada, gastos diários, o grupo de visita, a organização da visita e as fontes de informação utilizadas) e às características da viagem (duração da viagem, tipologia de viagem, grupo de viagem, a

experiência em viajar) determinam o seu comportamento espaciotemporal na visita ao destino urbano Porto não só na **dimensão multiatração**, mas sobretudo na **dimensão movimento**. A análise espacial efetuada aos dados georreferenciados revelou a existência de uma grande concentração de movimentos nas principais **ruas do centro histórico classificado pela UNESCO** onde é gasto uma parte considerável do orçamento temporal dedicado à visita. Neste sentido, **o comportamento espaciotemporal do segmento *backpacker* não se diferencia muito** do comportamento espaciotemporal dos restantes turistas que visitam cidades monumentais, onde se verifica a tendência para uma maior concentração de movimentos/percursos nas ruas principais. A comparação efetuada entre o mapa da intensidade de passagens dos *backpackers* e o mapa das áreas mais fotografadas da cidade ajuda a suportar esta evidência.

A cidade do Porto é sobretudo “consumida e experienciada” através de percursos efetuados a pé: **caminhar é a atividade principal deste segmento**, seguida de refeições num restaurante/café. Em média as visitas não ultrapassam 297 minutos com 51.1% do tempo em movimento. A mediana das distâncias percorridas não ultrapassa os 5.46 Km e a mediana relativa ao afastamento ao alojamento é de apenas 1.51Km. As atrações da cidade são visitadas através de caminhadas com pausas mais ou menos longas para refeições e/ou descansar. Os **museus** da cidade não mereceram a atenção dos *backpackers*. Esta situação tinha já sido confirmada pelo estudo de Caldeira (2014, p.355) na cidade de Lisboa, onde “uma experiência de visita mais erudita, exigente e demorada” associada a estes espaços culturais parece também ser evitada por este segmento de turistas.

O objetivo central da investigação foi também atingido tendo sido **analisado com pormenor o segmento de mercado *backpacker*** de visita ao destino urbano Porto, quer a nível do seu perfil sociodemográfico, socioeconómico, motivações, características da viagem realizada, características da visita efetuada e ainda a nível da sua mobilidade. Juntamente com os resultados obtidos com a análise do seu comportamento espaciotemporal foi possível propor um conjunto de estratégias conducentes a uma gestão mais eficaz e eficiente do território, apresentadas numa outra secção deste capítulo final.

Os **objetivos específicos** delineados no início da investigação foram igualmente atingidos:

1. Foram analisados e discutidos os **principais conceitos** ligados à atividade turística em contexto urbano, nomeadamente, os conceitos de turista, turismo urbano, cidade e atração turística.
2. Foram identificados e caracterizados os **subsegmentos de turistas backpackers mais representativos**, especificando também os subsegmentos mais importantes no destino urbano Porto: *backpackers* (longa duração), nómadas globais, *flashpackers* e *backpackers* de curta duração.
3. Foram identificadas as **principais motivações** dos turistas *backpackers*, nomeadamente daqueles que visitam o destino urbano Porto: “conhecimento cultural”, “fuga e relaxamento” e “viagem económica”.
4. Analisou-se a **relevância económica e social** do turismo *backpacker*, através da revisão sistemática da literatura realizada e publicada durante o programa doutoral - Martins & Costa (2017), e através dos gastos médios diários de 82.57 Euros e aumento do número de *hostels* na cidade.
5. Analisou-se o **impacte ambiental e sustentabilidade** do turismo *backpacker* através da revisão sistemática da literatura realizada e publicada durante o programa doutoral - Martins & Costa (2016).
6. A revisão sistemática da literatura permitiu identificar os principais **fatores internos e externos determinantes do comportamento espaciotemporal** dos turistas.
7. As **técnicas tradicionais e modernas** de rastreamento dos turistas foram comparadas, tendo sido selecionada uma **aplicação de smartphone** como a mais adequada ao estudo do comportamento espaciotemporal dos *backpackers*;
8. As principais **características do destino** que condicionam o comportamento espaciotemporal dos turistas também foram identificadas e descritas.
9. Foram identificadas as **principais características sociodemográficas** dos turistas *backpackers* no destino urbano Porto.
10. Os **instrumentos e recursos** utilizados pelos *backpackers* no planeamento da sua estada e na visita ao destino urbano Porto foram também identificados, tendo sido estudado o seu impacto na mobilidade.
11. Verificou-se a importância das **fontes de informação** utilizadas pelos *backpackers* durante um dia de visita à cidade do Porto, com impacto ao nível da intensidade, orientação, locomoção, territorialidade tendo sido

apuradas diferenças significativas entre fontes de informação disponíveis *online*, em suporte papel e informações dadas por amigos e familiares.

12. O comportamento espaciotemporal intradestino dos turistas *backpackers* durante um dia de visita à cidade do Porto foi analisado e caracterizado através da **análise estatística bivariada**, da **análise espacial** e ainda através do **alinhamento sequencial múltiplo** dos percursos efetuados.
13. Foi realizada a descrição da forma como os *backpackers* **consomem e experienciam o destino**, tendo sido identificadas as principais atrações visitadas e atividades realizadas;
14. Deram-se a conhecer os **fatores internos e externos determinantes do comportamento espaciotemporal** dos *backpackers* que visitam o Porto tendo sido acrescentado ao modelo concetual de investigação as **características da viagem**. A **experiência a viajar** foi igualmente analisada no âmbito das características sociodemográficas, tendo sido dado grande ênfase às **fontes de informação** utilizadas, por não terem sido ainda examinadas com pormenor pela literatura no que diz respeito às características da visita.
15. O **alinhamento sequencial múltiplo** realizado com o *software* ClustalG permitiu identificar dez padrões de movimento espaciotemporais dos turistas *backpackers* durante um dia de visita à cidade do Porto.
16. A análise dos padrões de movimento contribuíram para a **identificação de alguns problemas relativos à concentração de turistas** em algumas áreas da cidade, levando à sugestão de um conjunto medidas que contribuam para a estruturação, gestão e organização de um destino urbano mais eficaz e eficiente.

A presente tese foi estruturada em nove capítulos: um capítulo introdutório ao tema de estudo onde se delinearão os objetivos e respetivo desenho da investigação; um capítulo de enquadramento concetual onde foram apresentados e discutidos os principais conceitos ligados à atividade turística, nomeadamente a sua operacionalização e três capítulos (três, quatro e cinco) dedicados à revisão sistemática da literatura dos três temas centrais desta investigação – o turismo *backpacker*, o comportamento espaciotemporal dos turistas e os métodos e técnicas de recolha de informação em estudos sobre o comportamento espaciotemporal dos turistas. No capítulo sete fez-se a descrição física e humana da área de estudo com destaque para a caracterização da atividade turística ao nível da oferta e da procura. Posteriormente,

realizou-se no capítulo oito, a análise e discussão dos resultados que serão sintetizados neste capítulo.

Os capítulos dedicados à revisão da literatura permitiram identificar um diversificado conjunto de subsegmentos de *backpackers*, cuja necessidade de distinção no âmbito da sua operacionalização, levou à construção de um **quadro síntese com os seus principais critérios distintivos**. Em termos gerais, o conceito de turista *backpacker* foi operacionalizado a partir de um critério baseado na tipologia de alojamento (*hostel*). Esta proposta tentou dar resposta a um problema que resulta da falta de um critério *standard* e uniformizado em relação ao conceito *backpacker*. A revisão da literatura permitiu ainda identificar um conjunto de **contributos do turismo *backpacker* para o desenvolvimento e alívio da pobreza**: os turistas *backpackers* gastam mais dinheiro no destino devido à sua estada mais longa, sobretudo em áreas mais remotas e afastadas dos principais circuitos turísticos, contribuindo para a diminuição da fuga de capitais e para um maior impacto na economia promovendo a mitigação da pobreza extrema. O turismo *backpacker* tem um papel igualmente importante na promoção do desenvolvimento sustentável, devido ao facto dos *backpackers* terem um **menor impacto ambiental** devido à sua pegada ecológica mais reduzida. Além disso, consomem menos recursos, têm preferência por viajar em grupo e em transportes públicos, compram mais por necessidade do que lazer e ficam alojados em estabelecimentos que consomem menos energia, entre outros.

No capítulo quatro foram identificados os principais **fatores determinantes do comportamento espaciotemporal dos turistas**, bem como as suas dimensões de análise tendo sido adoptado e adaptado o modelo de análise proposto por Caldeira (2014). Uma vez que o foco da análise são os turistas do segmento *backpacker* considerou-se pertinente incluir no modelo de análise um conjunto de **características relativas à viagem**: grupo de viagem, tipologia de viagem e duração da viagem. Um outro aspeto diferenciador deste estudo é a análise efetuada às **fontes de informação** utilizadas pelos turistas, que demonstraram ter um efeito relevante no comportamento espaciotemporal, quer na dimensão movimento, quer na dimensão intensidade, respondendo assim a uma lacuna teórica e empírica.

No capítulo cinco foram apresentadas as principais técnicas de recolha de informação em estudos sobre o comportamento espaciotemporal dos turistas. Depois de analisadas e discutidas as vantagens e desvantagens das técnicas tradicionais e das técnicas modernas, considerou-se que a técnica mais adequada à presente investigação, seria a **utilização de uma aplicação GPS de *smartphone***, gratuita e de acesso livre. Os

turistas *backpackers* são um segmento jovem - a grande maioria “nativos digitais” – adeptos de novas tecnologias e por conseguinte mais abertos à sua utilização. Como o presente estudo veio a confirmar, viajam com o seu *smartphone*. A utilização dos *smartphones* dos próprios turistas tornou dispensável a compra de dispositivos GPS por parte do investigador. Uma vez que a utilização de *smartphones* não foi ainda muito utilizada a nível internacional, a escolha deste instrumento para a recolha de informação georreferenciada é também um dos aspetos inovadores deste estudo.

No capítulo seis, desenvolveu-se a metodologia desta investigação de forma a dar resposta ao problema de pesquisa e respetivos objetivos. Além da utilização de uma aplicação GPS, desenhou-se e construiu-se um questionário para inquirir os turistas *backpackers*, combinando assim, dois instrumentos de recolha de informação. A análise dos dados foi igualmente discutida e além da análise estatística descritiva e inferencial, optou-se pela utilização de uma Sistema de Informação Geográfica de acesso livre (QGIS) para realizar a necessária e relevante análise espacial dos dados georreferenciados. Inovador, sobretudo em Portugal, foi também a seleção de um *software* de **alinhamento sequencial múltiplo (ClustalG)** que permitiu encontrar padrões de comportamento espaciotemporais tendo em conta o tempo e a sequência de lugares visitados.

No capítulo sete, fez-se uma breve descrição da área de estudo, no qual se salienta o importante papel da geomorfologia que condicionou, ao longo da história, a expansão da cidade e a respetiva planta urbana. Com ruas estreitas e irregulares, o centro histórico classificado pela UNESCO é, no seu conjunto, a principal atração da cidade, e consequentemente, a sua área mais visitada. A mobilidade dos turistas é condicionada pelas diferenças altimétricas havendo uma tendência para uma maior intensidade de passagens nas principais ruas de acesso à zona da Ribeira.

No capítulo oito procedeu-se ao tratamento dos dados e à apresentação e discussão dos principais resultados. Prossegue-se agora com as suas principais conclusões e contributos.

A aplicação do questionário a aproximadamente três centenas de turistas permitiu encontrar um **perfil típico do turista *backpacker*** que se encontra de visita ao Porto:

- 50% são homens e 50% mulheres, maioritariamente **solteiros** e com uma média de idades de **26.9 anos**.
- A maioria dos *backpackers* encontravam-se a viajar **sozinhos** (54.6%) ou em pequenos grupos.

- Têm um **nível de instrução elevado** uma vez que 60.4% têm uma licenciatura e 20.1% mestrado. Trabalham maioritariamente, quer a tempo inteiro, quer a tempo parcial embora o número de desempregados atinja os 32.8%.
- Têm **origem em países europeus** (61.8%): Alemanha, Espanha, Reino Unido e França; e países do continente americano (23.5%), nomeadamente nos E.U.A, Canadá e Brasil. O mercado Australiano é, por países, o segundo mais representativo, com 8.9% do total de *backpackers*.

Apesar de alguns autores criticarem a visão eurocêntrica da maioria dos estudos publicados sobre turismo *backpacker* (Muzaini, 2006; Teo & Leong, 2006) é um facto que em termos mundiais, o maior mercado emissor continua a ser o europeu. E neste estudo não é exceção.

- Os **rendimentos anuais** dos *backpackers* de visita ao Porto podem ser considerados **modestos**. Como se encontram em início de carreira, a maioria (61.9%) auferem de rendimentos superiores a 14 mil Euros por ano.
- São, na sua maioria, **viajantes experimentados**, tendo realizado em média 5 viagens internacionais com duração superior a uma semana nos últimos 5 anos enquadrando-se nas tipologias de *backpackers* de longa duração (31.7%) e nómadas globais (23.9%). Os *flashpackers* representam mais de 16%.
- Apesar dos *backpackers* serem conhecidos por realizarem viagens mais longas que os turistas de outros segmentos de mercado, a **estada mais frequente no Porto teve uma duração de 2 a 4 noites**.
- A maioria dos inquiridos encontrava-se a fazer uma **viagem internacional multideestino** (85.3%) pelo que já visitaram ou pretendiam visitar outros países na viagem que se encontravam a realizar, sobretudo, Espanha.
- Os subsegmentos de turistas *backpackers* mais representativos no destino urbano multiatração (Porto) são os **backpackers de longa duração** (31.7%), os **nómadas globais** (23.9%), os **flashpackers** (16.4%) e os **backpackers de curta duração** (11.6%). No conjunto constituem 83.6% dos inquiridos.

Concluiu-se que os turistas *backpackers* que visitam Portugal planeiam e executam uma **viagem ibérica**, razão pela qual as autoridades responsáveis pela gestão e marketing da atividade turística de Portugal e Espanha deveriam definir planos de ação conjuntos específicos para este segmento de mercado, com o intuito de tornar a península ibérica um mercado mais competitivo à escala global, tal como acontece em alguns Estados Federados da Austrália (Tourism Victoria, 2009). O Porto é também muito procurado por viajantes muito experientes que se encontram a realizar viagens de longa duração,

sendo por isso mais exigentes com a qualidade dos serviços prestados. Como a troca de informações entre *backpackers* (“boca-a-boca” ou eletronicamente) é habitual, será relevante proporcionar a estes subsegmentos, o melhor serviço possível a nível de alojamento, transportes, alimentação, experiências e atividades.

- As **motivações mais fortes** para viajar e para visitar o destino Porto são o “conhecimento cultural”, “fuga e relaxamento” e “viagem económica”.

Em vários estudos publicados, as “experiências no destino” e a “interação social” estão entre as principais motivações dos turistas *backpackers*, no entanto, o Porto, enquanto destino turístico parece não ser muito procurado pelas experiências que oferece a este segmento de mercado em particular. Quem visitou o Porto também não referiu a interação social como umas das principais motivações, o que poderá ficar a dever-se ao facto da duração média da estada não ser muito grande, uma vez que a maioria dos *backpackers* realiza viagens multidestino.

O quadro que se segue sintetiza os resultados das hipóteses grupo H1 relativas ao **perfil sociodemográfico e socioeconómico** dos turistas *backpackers* que visitam o Porto.

Quadro 88. Síntese das hipóteses de investigação (H1)

H1. Os turistas <i>backpackers</i> em visita ao destino urbano Porto...	Hipóteses confirmadas
H1.1 Encontram-se a realizar uma viagem multidestino com itinerário flexível.	✓
H1.2 São predominantemente jovens, entre os 18 e 35 anos de idade.	✓
H1.3 Têm um nível de escolaridade elevado.	✓
H1.4 Têm um orçamento diário reduzido, gastando em média um montante inferior aos restantes turistas, num dia típico de visita.	Não
H1.5 Viajam predominantemente sozinhos ou em pequenos grupos.	✓
H1.6 Têm tendência em participar em atividades de lazer que envolvem risco e aventura.	Não
H1.7 Têm como principais motivações o conhecimento cultural, as experiências no destino e a interação social.	Não
H1.8 Recorrem sobretudo aos amigos, família e outros <i>backpackers</i> como fontes de informação no planeamento da viagem que se encontram a realizar.	Não
H1.9 Recorrem sobretudo a informações de outros <i>backpackers</i> e a guias de viagem (ex. <i>Lonely Planet</i>) na preparação de um dia de visita.	Não

Relativamente às **características do dia de visita à cidade**, a análise dos dados recolhidos permite concluir que:

- Existe uma tendência para os *backpackers* **visitarem a cidade sozinhos ou acompanhados por um amigo(a)** próximo ou por um namorado(a).

- No planeamento da viagem, as **informações obtidas com familiares e amigos são muito importantes**, no entanto, o recurso às novas tecnologias, nomeadamente, a internet, através da utilização dos conhecidos **motores de pesquisa online** (i.e. Google.com) foi a principal fonte de pesquisa de informações sobre o Porto, confirmando a grande importância das informações obtidas *on-line*.

Apesar de ser uma temática ainda pouco explorada em estudos sobre *backpackers*, confirma-se nesta investigação que os turistas mais jovens utilizam frequentemente as novas tecnologias não só na preparação como também durante as viagens. White & White (2007) citados por Pearce, Murphy, & Brymer (2009) já tinham salientado a importância das novas tecnologias da comunicação e o seu impacto no comportamento dos *backpackers*. Neste sentido, as **fontes de informação** utilizadas pelos visitantes tanto na preparação da viagem como na preparação das visitas aos diversos destinos por onde passam podem contribuir para melhor promover e potenciar os negócios de pequenas e médias empresas que oferecem serviços a este segmento de turistas, como os *hostels*, empresas de animação turística e de transportes no sentido destas encontrarem soluções criativas e inovadoras que lhes permitiam um melhor posicionamento num mercado cada vez mais competitivo. Os *stakeholders* locais devem, por isso, estar atentos a novas estratégias de publicidade e marketing digitais que possam ser utilizadas na internet, nomeadamente em sítios e plataformas digitais habitualmente procuradas por viajantes deste segmento de mercado.

- Para os *backpackers*, a **aquisição do cartão de descontos Porto Card** foi marginal. Apenas 3.9% dos inquiridos admitiram ter adquirido/utilizado o cartão antes ou durante a visita.
- Outro aspeto a ter em conta e que reflete a relevância económica do segmento *backpacker* na cidade do Porto é a **média de gastos diários** de aproximadamente 83 Euros (Mediana = 75.00; DP = 43.60) que contrasta com a média de 49 Euros por turista/noite referida por Costa, Moreira, & Vieira (2014) relativa ao ano de 2013.

Alguns aspetos relativos à **mobilidade** foram também analisados a partir dos resultados obtidos no questionário:

- A maioria dos visitantes **deslocou-se predominantemente a pé** (94%) e os transportes públicos foram utilizados por apenas 38.1% dos inquiridos.

- Durante o dia de visita à cidade, os conhecidos **mapas turísticos**, disponibilizados gratuitamente, quer nos alojamentos, quer nos postos de turismo, foram utilizados por 2 em cada 3 *backpackers*.
- As **apps de smartphone** e os **marcos de referência da cidade** (edifícios, rotundas, rio, entre outras) foram também utilizados por mais de metade dos participantes.
- Apenas 22% **afirmaram ter-se perdido** devido a informações incorretas dadas por transeuntes, orientação incorreta através de marcos urbanos ou devido à leitura incorreta de mapas.
- As **atrações mais visitadas** foram os monumentos/edifícios históricos, o centro histórico classificado pela UNESCO, os miradouros, as igrejas/templos religiosos e as pontes, confirmando-se que os turistas *backpackers* de visita ao centro urbano do Porto dirigem a sua visita a múltiplas atrações, em conformidade com a literatura existente.
- As **atividades mais populares** foram: caminhar pela cidade, fazer uma refeição típica em restaurantes/café e as visitas a atrações turísticas (monumentos, museus, exposições...).

Apesar do “conhecimento cultural” ser a principal motivação dos *backpackers* que visitam o Porto, não deixa de ser curioso a falta de interesse pelos museus da cidade, nomeadamente, o Museu de arte contemporânea de Serralves, um dos mais importantes do País. Nenhum dos turistas rastreados **visitou qualquer museu**.

A análise do **comportamento espaciotemporal dos turistas *backpackers*** foi realizada tendo em conta os resultados obtidos nos questionários e nos rastreamentos.

Dos 293 turistas *backpackers* que responderam ao questionário, apenas 82 turistas (28%) aceitaram fazer e com sucesso, o rastreamento dos seus movimentos durante um dia de visita à cidade do Porto, caracterizando-se por serem maioritariamente do sexo masculino (52.4%), solteiros (70.7%) e por terem uma escolaridade elevada (aproximadamente 83% têm uma escolaridade superior ou pós-graduada). O mercado emissor mais importante continua a ser o Europeu, como referido anteriormente, pelo que 67% dos turistas rastreados estão a realizar uma viagem de curta distância. No que diz respeito à tipologia de *backpackers*, salienta-se a predominância dos *Backpackers* de longa duração (25.6%), *Flashpackers* (25.6%) e dos *Nómadas* globais com 17.1%. A maior parte dos turistas rastreados realizou o rastreamento num dia intermédio da sua estada (63.4%), organizou a visita de forma independente (78%) e visitou a cidade sozinho (67%).

Como a maior parte das atrações está concentrada na área classificada pela UNESCO como Património da Humanidade, não é necessário percorrer distâncias muito longas nem despende de orçamentos temporais muito grandes para visitar a cidade, logo a duração média das visitas não foi muito elevada (296.53 minutos - aproximadamente 4.9 horas) tendo-se registado uma mediana de 246.3 minutos (4.1 horas). O tempo em movimento, em média, foi de 134.86 minutos e a distância média percorrida foi de 16.10 quilómetros. Metade dos turistas rastreados não se afastaram mais do que 1.51 quilómetros do seu alojamento, **refletindo uma reduzida dispersão territorial**.

Os **territórios mais visitados** correspondem assim às freguesias mais antigas e centrais da cidade - **Santo Ildefonso, Vitória, Sé, São Nicolau, Cedofeita, Miragaia e ainda a freguesia de Santa Marinha em Vila Nova de Gaia** - onde se localizam as principais atrações do destino urbano do Porto. Observou-se uma maior densidade de percursos nestas freguesias ao longo das principais ruas da cidade, com especial incidência na Avenida dos Aliados, Praça da Liberdade, Rua Mouzinho da Silveira, Rua das Flores e ao longo da Ribeira do Porto onde se inclui a praça da Ribeira e outras pequenas ruas das proximidades.

Verificou-se também que os territórios das freguesias mais distantes do centro histórico registaram uma reduzida densidade de passagens e de visitas. O **orçamento temporal despendido em cada freguesia** pelos turistas rastreados coincide com a distribuição dos percursos efetuados com 26,3% do tempo total dedicado ao dia de visita ser gasto na freguesia de Santo Ildefonso, seguido das freguesias de Vitória (17,2%), outras freguesias não pertencentes ao concelho do Porto (12,5%), Sé (12,4%) e São Nicolau, (10,8%).

A **cartografia** produzida sobre a intensidade de passagens, tempo total despendido por área e tempo médio despendido por área pode dar um importante contributo à gestão da atividade turística da cidade do Porto pois permite identificar os territórios sujeitos a uma maior pressão turística onde a densidade de visitantes, o barulho, a invasão de privacidade, o congestionamento de trânsito e até mesmo o aumento do custo de vida (Yun *et al.*, 2018), refletido no aumento exponencial do preço das rendas das habitações, pode colocar em causa a sustentabilidade desta importante atividade económica. A **elevada concentração de turistas** a circular na baixa da cidade e em algumas ruas do centro histórico poderá ser combatida através da criação e adoção de políticas de gestão territoriais que tenham em conta a recuperação ou reabilitação de algumas áreas mais degradadas e periféricas, nomeadamente através da criação ou da realocação de algumas atrações, serviços e novos alojamentos.

No que diz respeito às atrações visitadas e atividades realizadas, o comportamento espaciotemporal dos turistas *backpackers* em vista à cidade do Porto parece não ser muito diferente do comportamento espaciotemporal dos restantes turistas confirmando a ideia defendida por alguns autores que descrevem os *backpackers* como tendo o **mesmo tipo de interesses de outros turistas** (Ryan & Mohsin, 2001; Reichel *et al.*, 2009).

Apesar dos *backpackers* terem habitualmente orçamentos temporais generosos para dedicar a inúmeras atividades, também podem simplesmente “não fazer nada” (Richards & Wilson, 2004a) passando tempo a caminhar, a relaxar e a conviver no *hostel*. Os tempos totais de permanência e os tempos médios de permanência por área (50mx50m) obtidos nos rastreamentos efetuados parecem corroborar esta ideia, uma vez que no conjunto dos *backpackers*, o **tempo dedicado a visitar atrações foi sempre bastante reduzido**.

Apesar da literatura descrever habitualmente os *backpackers* como **mais propensos ao risco** os visitantes que participaram nesta investigação não o confirmaram: não tiveram uma atitude muito exploratória, não se afastaram muito do alojamento e quando o fizeram, foi quase sempre em *tours* organizados por empresas privadas.

Como referido no capítulo cinco, os indivíduos não são completamente livres para criar os seus percursos pelo que as opções disponíveis para os turistas são determinadas por **restrições temporais e espaciais** (Hägerstrand, 1970; Thrift, 1977) que, juntamente com as atividades decorrentes de projetos individuais, definem os recursos de tempo e espaço disponíveis. Segundo Shoval, *et al.*, (2015), os **constrangimentos relativos à autoridade** estão relacionados com a existência de horários de abertura de atrações ou horários de funcionamento de transportes públicos e ainda com o principal objetivo ou finalidade da visita. Na presente investigação, os *backpackers* rastreados não parecem ter sido especialmente influenciados por constrangimentos desta natureza uma vez que todos eles se encontravam a realizar uma visita de lazer ao Porto tendo por isso, como finalidade específica, passear e conhecer o destino.

Os **constrangimentos relativos à capacidade** estão relacionados com a necessidade de dormir e alimentação, o tipo de transporte utilizado e a duração da estada uma vez que esta é um “*fator que altera o espectro de oportunidades dos turistas*” (Shoval, 2012, p. 177, citado por Kang, 2016). Na presente investigação, a duração da estada registou uma correlação positiva com o afastamento máximo ao alojamento e com a velocidade média do dia de visita e uma correlação negativa com o número de atrações visitadas.

Os *backpackers* com estadas mais longas tendem também a utilizar menos o transporte comercial/turístico em comparação com aqueles que têm uma estada mais curta.

Os **constrangimentos relativos à cooperação** correspondem à necessidade de um turista conhecer e juntar-se a outros indivíduos numa visita de grupo ou, no caso de um grupo organizado, a necessidade de visitar locais específicos por determinados períodos de tempo (Shoval *et al.*, 2015), pelo que os territórios e atrações a visitar por turistas individuais/independentes e a distribuição geográfica das suas atividades num destino serão completamente diferentes das realizadas por grupos organizados. Nesta investigação não se encontrou nenhuma associação estatisticamente significativa entre o comportamento espaciotemporal dos *backpackers* que realizaram a visita à cidade e o grupo de visita, não ficando demonstrado que os *backpackers* que visitam a cidade em grupos organizados têm uma maior "rigidez" de itinerários em contraste com a maior liberdade das experiências do turista independente que escolhe os locais e atrações a visitar. No entanto, se se considerar a organização da visita, verifica-se que os *backpackers* que se encontram a fazer uma visita independente realizaram menos atividades e visitaram menos atrações do que os *backpackers* que fizeram uma visita organizada. O transporte comercial/turístico foi também mais utilizado pelos turistas que visitaram a cidade em grupos mais numerosos.

A **análise estatística bivariada** permitiu testar um conjunto de hipóteses apresentadas no capítulo seis, relativas à importância das características sociodemográficas, das características da visita e das características da viagem no comportamento espaciotemporal dos turistas *backpackers* que visitam a cidade do Porto. O quadro 89 sumaria os resultados obtidos em relação à confirmação das hipóteses levantadas.

No conjunto das **hipóteses grupo 2**, pode-se concluir que as características sociodemográficas dos *backpackers* que visitam o Porto têm influência ao nível da **territorialidade, linearidade**, mas sobretudo na **locomoção e intensidade** da visita:

- A média de idades dos *backpackers* é relativamente baixa, pelo que não era expectável que a idade tivesse um grande impacto nos movimentos efetuados. No entanto, verificou-se que os *backpackers* **mais velhos** utilizaram mais transportes públicos.
- Os *backpackers* cujos **países de origem são mais distantes** (*long haul*) estiveram mais tempo em movimento durante o dia de visita à cidade.
- Os *backpackers* **mais experientes** efetuaram uma visita mais longa, realizaram um maior número de atividades e utilizaram menos os tradicionais mapas turísticos da cidade para se orientarem. Em termos de referenciais de orientação,

deram ainda mais importância aos marcos na paisagem urbana, como o rio, praças, edifícios, entre outros, para se orientarem.

Quadro 89. Síntese das hipóteses de investigação (H2, H3, H4, H5)

H2. As características sociodemográficas dos turistas <i>backpackers</i> determinam o seu comportamento espaciotemporal durante um dia de visita à cidade do Porto na dimensão movimento e multiatração, nomeadamente, na:	Hipóteses confirmadas
H2.1 Territorialidade	✓
H2.2 Linearidade	✓
H2.3 Orientação	Não
H2.4 Locomoção	✓
H2.5 Intensidade	✓
H2.6 Especificidade	Não
H3. As características da visita associadas aos turistas <i>backpackers</i> determinam o seu comportamento espaciotemporal durante um dia de visita à cidade do Porto na dimensão movimento e multiatração, nomeadamente, na:	Hipóteses confirmadas
H3.1 Territorialidade	✓
H3.2 Linearidade	✓
H3.3 Orientação	✓
H3.4 Locomoção	✓
H3.5 Intensidade	✓
H3.6 Especificidade	Não
H4. As características relativas à viagem que os turistas <i>backpackers</i> se encontram a realizar determinam o seu comportamento espaciotemporal durante um dia de visita à cidade do Porto na dimensão movimento e multiatração, nomeadamente, na:	Hipóteses confirmadas
H4.1 Territorialidade	Não
H4.2 Linearidade	Não
H4.3 Orientação	✓
H4.4 Locomoção	✓
H4.5 Intensidade	Não
H4.6 Especificidade	Não
H5. Os turistas <i>backpackers</i> constituem um grupo de turistas complexo e multifacetado que consome e experiencia um destino urbano através de diferentes padrões de comportamento espaciotemporal.	✓

Fonte: Construção do autor.

No conjunto das **hipóteses grupo 3**, as características da visita influenciaram o comportamento espaciotemporal dos *backpackers* a nível da **territorialidade**, **linearidade** e **locomoção**, mas sobretudo a nível da **intensidade** e **orientação**;

- Os *backpackers* que **visitam o Porto pela primeira vez** visitaram mais atrações e revelaram tendência para realizar mais atividades e em termos de processos de orientação utilizaram mais as *Apps smartphone* dando menos importância à

sinalização urbana. Aqueles que **nunca tinham visitado Portugal** utilizaram mais os mapas turísticos da cidade e as *App's de smartphone* para se orientarem.

- Os *backpackers* que têm **gastos médios diários mais elevados** realizam percursos mais longos fazendo visitas mais prolongadas. Registam ainda um tempo em movimento maior e realizam um maior número de atividades. Fazem percursos mais complexos e caminham com menos frequência, utilizando mais o automóvel próprio/alugado.
- Registou-se uma correlação positiva do **número de dias de estada** com o afastamento máximo ao alojamento e com a velocidade média. Em relação ao número de atrações visitadas verificou-se uma correlação negativa com a duração da estada, ou seja, o número de atrações visitadas por *backpackers* não se encontra associado a estadas mais prolongadas, como refere a literatura. A utilização do transporte turístico/*city tours* foi também mais frequente entre os *backpackers* com estadas mais curtas, em consonância com a literatura.
- Em termos de **fase da estada**, os *backpackers* que visitaram a cidade num dia **intermédio** tiveram tendência para se afastar mais do alojamento e a utilizar mais o transporte público.
- Na **tipologia de quarto** utilizada, os visitantes que **ficaram em dormitórios** utilizaram mais as *App's de Smartphones* para se orientarem durante a visita.
- Os *backpackers* que realizaram uma **visita organizada** à cidade efetuaram percursos que registaram maiores diferenças de altitude. Os que realizaram uma **visita independente** socorreram-se mais da sinalização urbana e menos do GPS como processos de orientação.

Apesar de Lew & McKercher (2006) referirem que as informações utilizadas pelos turistas contribuem para a criação de uma imagem pessoal sobre o destino e não obstante o facto de Shoval & Isaacson (2007) salientarem que a informação disponibilizada ao visitante tem um grande impacto sobre os seus movimentos no destino, a influência das fontes de informação no comportamento espaciotemporal dos turistas de visita a um destino urbano multiatração não foi ainda devidamente explorada. Entre as características da visita, as **fontes de informação** utilizadas pelos *backpackers* demonstraram ter uma influência significativa ao nível da **locomção, territorialidade, linearidade**, mas sobretudo a nível da **intensidade e orientação**.

- Os *backpackers* que não utilizaram fontes de informação em **suporte papel** solicitaram mais informações a residentes durante o seu dia de visita à cidade.

Quem usou os populares **livros guias de viagem** (i.e. *Lonely Planet*, *Rough Guide*, entre outros), recorreu com mais frequência à sinalização urbana para se orientar.

- A importância das **informações boca-a-boca entre backpackers** tem sido descrita com regularidade na literatura, desconhecendo-se a sua influência no seu comportamento espaciotemporal no âmbito intradestino. Verificou-se neste estudo que aqueles que consultaram outros viajantes (informação boca-a-boca) utilizaram com mais frequência as Apps de smartphone para se orientarem durante a visita e usaram com menos frequência o transporte público.
- A utilização de **fontes de informação online** demonstrou ter um impacto significativo. Os *backpackers* que utilizaram os **motores de pesquisa na internet** (i.e. **Google**) visitaram um maior número de atrações, realizaram mais atividades e utilizaram com mais frequência os marcos na paisagem urbana e a sinalização urbana para se orientarem durante a visita à cidade. Os que utilizaram **revistas de viagem online**, recorreram aos marcos da paisagem urbana e menos a sinalização urbana para se orientarem e utilizaram mais *Apps de smartphone* e o GPS. Os *backpackers* que utilizaram **fontes de informação online** realizaram uma visita que durou mais tempo, estiveram também mais tempo em movimento e realizaram percursos com maiores diferenças altimétricas. Visitaram também mais atrações e realizaram mais atividades. Também realizaram percursos mais complexos e utilizaram mais os mapas e os marcos na paisagem urbana para se orientarem durante a visita ao Porto.

No conjunto das **hipóteses grupo 4**, as características da viagem tiveram influência na **orientação e locomoção** dos *backpackers*.

- Os *backpackers* que se encontram a realizar uma **viagem de longa duração** utilizam menos os mapas da cidade e recorrem aos marcos na paisagem urbana para se orientarem. Os que se encontram a **viajar acompanhados** e aqueles que chegam à cidade em **grupos mais numerosos**, utilizam mais os transportes turísticos/comerciais.
- Aqueles que se encontram a realizar uma **viagem multidestino pelo território nacional** utilizam mais o automóvel próprio/alugado. E os *backpackers* que têm o **Porto como destino único** também tiveram tendência para utilizar mais os mapas da cidade para se orientar durante a sua visita.

Na hipótese 5, o **alinhamento sequencial múltiplo** realizado com o *software* ClustalG, permitiu encontrar com sucesso, dez grupos/*clusters* de turistas *backpackers* com

padrões de comportamento espaciotemporal distintos demonstrando que este segmento de mercado consome e experiencia o destino Porto de maneira distinta. Como o número de subsegmentos de *backpackers* identificados não foi muito elevado, não foi possível analisar e caracterizar o comportamento espaciotemporal de cada subsegmento, tendo-se optado pela análise do comportamento espaciotemporal do conjunto dos turistas *backpackers*.

Por conseguinte, os padrões de comportamento identificados têm em consideração o tempo que cada turista permaneceu em cada freguesia e a sequência das áreas visitadas, distinguindo-se um grupo de visitantes com foco exclusivo no **património histórico da cidade** (A.1.1); um grupo de visitantes de **reduzida dispersão territorial** (A.1.2); um grupo de *backpackers* que além do seu comportamento espaciotemporal específico, distingue-se pela sua **juventude** (A.2.1); um grupo de *backpackers* com **foco nas artes** (A.2.2) apresentando em comum uma maior incidência na rua Miguel Bombarda onde se localiza uma grande concentração de galerias de arte; um grupo de **grandes exploradores** (A.2.3) que se caracteriza pela sua maior dispersão territorial e afastamento ao alojamento; um grupo de visitantes que privilegia a **praia e centros comerciais** (A.2.4); um grupo de **turistas mais instruídos** com habilitações académicas muito elevadas (A.3.1); um grupo de turistas com **foco no enoturismo**, nomeadamente na visita a caves de vinho do Porto (A.3.2); um grupo de *backpackers* que se evidencia pelos seus **gastos médios diários reduzidos** (A.4) e um grupo de *backpackers* que pelo número de viagens internacionais já realizadas constituem um grupo de **viajantes mais experientes** (Grupo B).

Identificados estes padrões de comportamento espaciotemporais, os responsáveis pela organização e marketing do destino poderão desenvolver um conjunto de programas estruturados de acordo com:

- Os interesses de cada grupo/subgrupo, propondo a realização de atividades e visitas a atrações de uma forma mais personalizada.
- Os territórios visitados, propondo a realização de visitas e atividades localizadas em determinadas áreas/freguesias da cidade, como por exemplo, compras em centros comerciais, idas à praia, programas com foco no vinho do Porto, entre outros.

A oferta de experiências mais específicas a estes grupos de jovens turistas contribuirá para níveis de satisfação mais elevados e para uma eventual fidelização ao destino no sentido de que os jovens turistas de hoje serão os turistas do futuro.

A georreferenciação dos movimentos efetuados pelos *backpackers* permitiu construir um conjunto de **mapas temáticos** relativos à intensidade de passagens por área (50mx50m), tempo total de permanência e tempo médio de permanência dos *backpackers* por área (50mx50m). Estes mapas permitiram identificar os territórios onde os *backpackers* circulam com maior intensidade, as áreas mais visitadas, as áreas onde permanecem, no total, mais tempo e as áreas com maiores tempos médios de permanência. Nas **áreas mais congestionadas**, poderão surgir problemas ao nível da qualidade das visitas e de eventuais conflitos entre moradores e turistas. A organização de um destino mais sustentável passa também pela oferta de infraestruturas adequadas às necessidades daqueles que a visitam a pé, promovendo uma distribuição adequada dos visitantes. A análise dos mapas construídos no capítulo oito permitiu também localizar os **territórios menos visitados** que coincidem quase sempre com as áreas periféricas da cidade. Dotá-los de infraestruturas de transporte mais eficientes que contribuam para a melhoria da sua acessibilidade em relação ao centro e de infraestruturas de natureza cultural, criativas e inovadoras, poderão ajudar a dispersar o número crescente de turistas que visitam a cidade, promovendo a melhoria do tecido económico das freguesias que têm estado à margem da atividade turística.

O diversificado segmento *backpacker* reúne em si um conjunto muito alargado de potencialidades que merecem ser exploradas pelas autoridades responsáveis pela gestão do turismo em Portugal. Como referem as Nações Unidas, os turistas jovens de hoje serão os turistas do futuro (UNWTO, 2016; UNWTO & WYSE Travel Confederation, 2010). A fidelização de clientes pode começar precisamente por este segmento de mercado, muitas vezes marginalizado por ser visto com frequência como tendo pouca relevância económica, argumento refutado por Martins & Costa (2017).

A presente investigação demonstrou também que os gastos médios diários são bastante relevantes demonstrando a necessidade de criar um plano de ação direcionado especificamente para o mercado *backpacker*, articulado com uma política de desenvolvimento estratégica deste segmento onde se identifiquem os pontos fracos e os pontos fortes do mercado português, com o intuito de:

- Facilitar e fomentar o aumento do número de estudantes estrangeiros em Portugal que aproveitam para viajar pelo país durante as pausas letivas;
- Promover a criação de vistos de trabalho para jovens de nacionalidades extra-comunitárias permitindo-lhes que trabalhem temporariamente no nosso país em atividades económicas ligadas à agricultura (sobretudo na época das colheitas), turismo, entre outras. Permitir que possam trabalhar e viajar em Portugal poderá

dar um duplo contributo à economia pois parte do dinheiro obtido com o trabalho será novamente gasto em território nacional;

- Promover o voluntariado nacional e internacional em diversas áreas do território nacional em organizações ou associações de cariz ambiental, cultural ou social;
- Atrair mais *Flashpackers* e Nómadas Digitais que procuram lugares que lhes proporcionem boas conexões à internet e que lhes permita estabelecerem-se por períodos mais ou menos prolongados enquanto trabalham à distância.

9.2.1. Contributos ao nível da gestão e marketing do destino Porto

Ficou evidente na investigação de Caldeira (2014, p.372) que “a seleção dos segmentos de mercado-alvo, no contexto do marketing dos destinos urbanos, deve incorporar variáveis relativas ao comportamento espaciotemporal”, pelo que o estudo do comportamento espaciotemporal do segmento *backpacker* pode contribuir para a adoção de políticas que incentivem estes visitantes a escolher rotas de baixa densidade e territórios mais isolados e periféricos, dotando-os de recursos turísticos inovadores, criativos e com foco nas suas principais motivações: “conhecimento cultural” e “interação social” com os residentes. A atenção dada a um segmento de mercado tão específico revelou ser um dos aspetos inovadores deste estudo, nomeadamente em Portugal.

As implicações práticas para os responsáveis das organizações pela gestão e desenvolvimento dos destinos turísticos são igualmente significativas pois contribuem para a criação de rotas turísticas urbanas que tenham em atenção uma distribuição mais adequada dos turistas evitando eventuais conflitos na utilização do espaço entre a população residente e os visitantes. A gestão destes conflitos promove a sustentabilidade da atividade turística, contribuindo para o aumento da satisfação não só dos visitantes como também da comunidade local.

Foram identificadas as áreas que revelaram maior concentração de *backpackers* quer no espaço quer no tempo salientando a desigual distribuição de eventuais benefícios decorrentes da atividade turística. Conhecendo as áreas mais congestionadas em termos de número de visitantes, os responsáveis pela gestão do destino poderão informá-los em tempo real sobre os tempos de espera em determinadas atrações, induzindo-os a visitar outras atrações ou a visitar as atrações mais populares em horários onde habitualmente há menos procura, como sugerido por Shoal *et al.*, (2009).

Como a cidade do Porto é sobretudo “consumida e experienciada” através de percursos efetuados a pé com durações médias inferiores a 5 horas e com apenas 51.1% do tempo

em movimento, justifica-se a conceção de roteiros turísticos urbanos com foco nas atrações mais representativas e que incluam a paragem em cafés/restaurantes típicos, por esta ser a segunda atividade preferida.

Outro aspeto relevante desta investigação é o facto da maioria dos *backpackers* estarem a fazer uma viagem internacional multidestino em que Espanha também faz parte do roteiro, muitas vezes, exclusivamente Ibérico. Este facto pode também revelar a importância de se promover internacionalmente o **destino Portugal-Espanha** ou a Península Ibérica, permitindo a economia de recursos ao nível do marketing e criando um mercado turístico mais atrativo e mais competitivo à escala global para os turistas *backpackers*.

Os subsegmentos *Voluntourism*, *Study backpacker*, *Gap Year Backpacker* ou *University Gap Traveller*, pelas suas características sociodemográficas e motivações representam uma oportunidade a explorar através da organização e promoção de atividades e **eventos com foco na sustentabilidade ambiental**, na arquitetura tradicional ou vernacular e em programas de voluntariado junto de populações mais desfavorecidas. A criação de **vistos especiais para jovens universitários estrangeiros extra-comunitários** poderem trabalhar durante curtos períodos de tempo, sobretudo em atividades agrícolas na época das colheitas, também poderia aumentar o interesse de jovens qualificados em Portugal, contribuindo com mão-de-obra em momentos de maior procura. Os vistos também lhes permitiriam viajar, surgindo aqui uma oportunidade para gastarem em território nacional, parte do dinheiro que foram ganhando.

Será também necessário promover uma melhor distribuição nacional dos turistas *backpackers*. A generalidade dos visitantes que participaram nesta investigação que visitaram outros destinos em Portugal, visitaram sobretudo as principais áreas urbanas com algum destaque também para o Algarve. Há ainda muitas regiões do país, sobretudo os territórios de baixa densidade populacional cujos recursos turísticos ao nível do património monumental e ambiental poderão também ser alvo de grande interesse por parte deste segmento de mercado.

Tratando-se de um grupo de turistas que revela uma grande mobilidade, e a ineficiência dos transportes públicos existentes no interior do país ao nível dos horários e frequência poderão constituir um grande obstáculo que importa ultrapassar. Promover a criação de novos produtos turísticos a nível nacional, nomeadamente de novas rotas que vão ao interesse de todos os subsegmentos identificados na literatura.

O valor dos gastos médios diários num dia típico de visita ao Porto permitiu ainda confirmar que os *backpackers* têm um grande potencial para aumentar as oportunidades de negócio (Martins & Costa, 2017), sobretudo nos destinos que decidirem investir na sua promoção.

9.2.2. Contributos teóricos e metodológicos

Esta investigação contribuiu para um maior conhecimento do diversificado mercado *backpacker* no destino urbano Porto, fornecendo aos proprietários e gestores de *hostels*, aos técnicos responsáveis pelas estratégias de marketing de *hostels* e atrações bem como a outros investigadores, um conjunto de informações que lhes permite adotar um conjunto de estratégias mais adequadas de forma a melhorar a qualidade dos serviços prestados contribuindo para aumentar a satisfação destes turistas em relação à sua visita. Um dos contributos mais significativos é a **proposta de operacionalização** dos diversos subsegmentos de *backpackers* identificados na literatura.

Neste estudo foi ainda analisada o impacto da **experiência a viajar**, ou seja, o número de viagens internacionais realizadas nos últimos 5 anos, no comportamento espaciotemporal intradestino dos *backpackers*. A inclusão de um conjunto de variáveis relativas às **fontes de informação** utilizadas também demonstrou ter um grande impacto no comportamento espaciotemporal deste segmento de turistas. Por não terem sido ainda examinadas com pormenor na literatura científica, e não obstante, a sua natureza exploratória, a análise destas variáveis deu um contributo teórico e metodológico à temática do comportamento espaciotemporal dos turistas.

As **aplicações de *smartphone*** orientadas para o rastreamento de movimentos, como as utilizadas nesta investigação, têm sido identificadas como uma técnica de rastreamento inovadora, demonstrando ser uma ferramenta de medição e georreferenciação eficaz, barata e de fácil aplicação. Embora seja uma técnica invasiva que leva muitos turistas a não quererem participar (Miyasaka *et al.*, 2018), já começa a ser utilizada com sucesso (Yun *et al.*, 2018; Yun & Park, 2014) sobretudo quando existem contrapartidas generosas para os turistas, como por exemplo, vales de desconto, ofertas de equipamentos (*smartphones*) ou até mesmo de dinheiro. Os 82 rastreamentos obtidos nesta investigação correspondem a 27.98% do total de participantes (n=293), uma taxa de participação bastante superior a 15%, registada por Miyasaka *et al.*, (2018). Apesar da utilização de aplicações de *smartphone* estarem ainda numa fase preliminar no que diz respeito aos estudos do comportamento

espaciotemporal, esta investigação permitiu demonstrar que uma aplicação GPS existente no mercado e de forma gratuita pode ser usada com sucesso.

Tratando-se de um segmento de turistas bastante heterogéneo que se caracteriza pela experiência em viajar e pela realização de viagens multidestino, foi acrescentado à ferramenta concetual de análise do comportamento espaciotemporal existente na literatura, um conjunto de variáveis inseridas num construto “**características da viagem**”, no sentido de averiguar o impacto da tipologia de viagem no comportamento espaciotemporal de um dia de visita a um destino urbano.

Em termos metodológicos, a análise do comportamento espaciotemporal dos *backpackers* foi realizada através da combinação de um conjunto de técnicas de recolha e análise de dados, devidamente suportado na literatura e inovador em relação às investigações em turismo realizadas em Portugal.

9.2.3. Limitações e investigação futura

9.2.3.1. Limitações

O número de *backpackers* que aceitou fazer o rastreamento dos seus movimentos através de uma aplicação GPS, durante um dia de visita à cidade, não foi muito elevado, pelo que os resultados obtidos com a análise dos dados rastreados deverão ser interpretados com as devidas cautelas. No entanto, é importante salientar que a amostra obtida, relativa aos rastreamentos, é superior aos rastreamentos obtidos noutras investigações como a de Miyasaka *et al.* (2018) ou Yun & Park (2014).

Uma amostra reduzida dificulta sempre a obtenção de resultados significativos através da análise bivariada. No entanto, apesar do pequeno número de observações, a análise empírica permitiu obter associações significativas ao nível de 5% e, em alguns casos, 10%, como na investigação de Tchetchink, Fleischer, & Shoval (2009).

Apesar de ter sido enviado por correio eletrónico um pedido de autorização a quase todos os *hostels* da cidade, para se inquirir os seus hóspedes, quase nenhum respondeu ao pedido efetuado ou enviou resposta a referir que não autorizavam. Houve necessidade do investigador se deslocar pessoalmente aos alojamentos para falar com os seus responsáveis. Por constrangimentos temporais, foram selecionados os *hostels* com maior número de camas de forma a aumentar ao máximo o número de turistas inquiridos. Os alojamentos Niceway, Tattva Design Hostel, Rivoli Cinema Hostel e Porto

Lounge *Hostel* foram aqueles onde mais *backpackers* aceitaram instalar a aplicação GPS e consequentemente, rastrear os seus percursos durante um dia de visita.

Como a maioria dos turistas que aceitaram fazer o rastreamento estavam alojados em *hostels* muito próximos uns dos outros, localizados na área mais central da cidade - nas imediações da avenida dos Aliados - não foi possível avaliar a existência de eventuais diferenças no comportamento espaciotemporal dos *backpackers* tendo em conta a localização do alojamento.

Os rastreamentos compreendem apenas um dia de visita e não toda a estada dos turistas, pelo que os resultados obtidos devem ser interpretados tendo esta situação em consideração.

9.2.3.2. Recomendações para futuras investigações

A revisão sistemática da literatura publicada em artigos científicos sobre o impacte económico do turismo *backpacker* (Martins & Costa, 2017) evidenciou a existência de algumas lacunas. Tratando-se ainda de um tema pouco estudado, não foi ainda desenvolvido um modelo de quantificação dos impactes económicos que evidenciem de forma objetiva os benefícios deste segmento turístico em diversos indicadores como a balança de pagamentos (aumento das exportações), o aumento da produção e das receitas do Estado ou o aumento dos rendimentos. Por conseguinte, sugere-se a partir dos trabalhos publicados e analisados a necessidade de se proceder à realização de mais estudos quantitativos e comparativos.

Uma vez que não existem muitos dados quantitativos recolhidos e analisados por organismos estatísticos oficiais sobre o turismo *backpacker*, é pertinente a realização de mais investigações que quantifiquem o seu impacte económico.

A contribuição do turismo *backpacker* na injeção de capital e seus efeitos na economia local, regional ou nacional não foram ainda avaliados (Martins & Costa, 2017) pelo que deveria ser encarado pelas autoridades competentes como mais uma oportunidade de diversificação da atividade turística, apostando na sua promoção em regiões mais periféricas habitualmente à margem dos principais fluxos turísticos (Martins & Costa, 2017).

A revisão da literatura efetuada no capítulo três permitiu identificar também alguns temas de interesse que poderão contribuir para o enriquecimento das investigações nesta área: i) tendo em conta as rápidas mudanças da atividade turística em geral e do turismo *backpacker* em particular, continua a ser pertinente investigar a sua progressiva

heterogeneidade e complexidade de forma a melhorar a oferta de serviços específicos tanto ao nível do alojamento, quer ao nível dos meios de transporte (mobilidade) e atividades de animação; ii) O comportamento espaciotemporal dos *backpackers*, quer a nível multideestino, quer intradeestino não foi ainda alvo da atenção dos investigadores internacionais. Sabendo que o seu orçamento temporal é, com frequência, bastante generoso, compreender os seus padrões de comportamento espacial e temporal de forma a conhecer a forma como os destinos são consumidos, é um tema pertinente; iii) e uma vez que os principais mercados emissores têm vindo a alterar-se é importante aprofundar o conhecimento sobre as principais motivações dos *backpackers* com origem em alguns países asiáticos, relacionando-as com as respetivas nacionalidades; iv) Uma outra oportunidade de investigação que não tem sido devidamente explorada neste segmento de mercado é a questão do sexo.

A crescente gentrificação dos centros históricos das principais cidades portuguesas em virtude do aumento da oferta de alojamentos turísticos como os *hostels* é um foco de conflito entre residentes e turistas. Se por um lado se assiste à reabilitação e renovação de um grande número de edifícios, a população residente, envelhecida e sem recursos económicos para competir com o aumento dos preços das habitações começa a abandonar os bairros típicos. Poderá ser pertinente estudar este problema sob a perspetiva do comportamento espaciotemporal uma vez que o espaço urbano tem de ser partilhado por residentes e visitantes. Conhecer a sequência de atividades realizadas e dos lugares visitados ajudará a melhorar a gestão de eventuais problemas ou conflitos.

Associados à atividade turística do segmento *backpacker* existem também um conjunto de impactes económicos, sociais e ambientais que poderão colocar em causa a sustentabilidade da atividade turística na cidade do Porto. Não tendo como objetivo central analisar os efeitos consequenciais da atividade turística, os resultados obtidos com este trabalho de investigação realçam a necessidade de explorar em futuros trabalhos o impacte económico deste segmento de mercado. O seu comportamento espaciotemporal deverá ser analisado com uma amostra mais generosa e alargada a outros segmentos de turistas de forma a contribuir para a quantificação da capacidade de carga dos territórios mais visitados, promovendo uma gestão mais sustentável da atividade turística. Os controlos dos impactes serão porventura, as linhas de investigação menos exploradas dentro deste segmento de mercado.

Os rastreamentos GPS com base em aplicações de *smartphone* encontram-se ainda numa fase embrionária no que diz respeito à sua utilização. No entanto, vários estudos

têm demonstrado que a riqueza dos dados recolhidos tem uma grande importância para as organizações responsáveis pela gestão e marketing dos destinos, nomeadamente em Portugal onde o crescimento da atividade turística em espaços urbanos começa a colidir com os interesses da população residente. Sugere-se a criação de uma aplicação de *smartphone*, desenvolvida em colaboração com especialistas em informática e em turismo, cujo objetivo seja a recolha de dados relativos aos movimentos efetuados pelos turistas. De forma a facilitar a sua utilização, poderá ser utilizado um processo de gamificação como sugerido por Signoretti & Martins (2017). Para o efeito, o atual Regulamento Geral de Proteção de Dados, em vigor desde 25 de maio de 2018, deverá ser tido em conta, devido à presença de dados sensíveis.

Referências bibliográficas

- Adam, I. (2015). Backpackers' risk perceptions and risk reduction strategies in Ghana. *Tourism Management*, 49, 99–108. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.02.016>
- Adler, J. (1985). Youth on the road: Reflections on the History of Tramping. *Annals of Tourism Research*, 12(3), 335–354. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(85\)90003-9](https://doi.org/10.1016/0160-7383(85)90003-9)
- Ahas, R., Aasa, A., Mark, Ü., Pae, T., & Kull, A. (2007). Seasonal tourism spaces in Estonia: Case study with mobile positioning data. *Tourism Management*, 28(3), 898–910. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2006.05.010>
- Ahas, R., Aasa, A., Roose, A., Mark, Ü., & Silm, S. (2008). Evaluating passive mobile positioning data for tourism surveys: An Estonian case study. *Tourism Management*, 29(3), 469–486. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.05.014>
- Akis, S., Peristianis, N., & Warner, J. (1996). Residents' attitudes to tourism development: The case of Cyprus. *Tourism Management*, 17(7), 481–494. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(96\)00066-0](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(96)00066-0)
- Al-Rodhan, N. R. F., & Stoudmann, G. (2006). *Definitions of Globalization: A Comprehensive Overview and A Proposed Definition*. Geneva. Retrieved from <http://www.gcsp.ch/e/publications/Globalisation/index.htm>
- Allon, F., Anderson, K., & Bushell, R. (2008). Mutant Mobilities: Backpacker Tourism in 'Global' Sydney. *Mobilities*, 3(1), 73–94. <https://doi.org/10.1080/17450100701797323>
- Almeida, C. (2009). *Aeroportos e turismo Residencial. Do Conhecimento às Estratégias*. Universidade de Aveiro.
- Ambler, N. (2015). The impact of cleanliness on customer perceptions of security in *hostels*: A WOM-based approach. *International Journal of Hospitality Management*, 49, 37–39. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2015.04.011>
- ANAC. (2019). *Boletim Estatístico Trimestral nº41 - 1º Trimestre de 2019*. Lisboa. Retrieved from https://www.anac.pt/SiteCollectionDocuments/Publicacoes/BET/BET_41_1TRIM_19.pdf
- Anderskov, C. (2002). *Backpacker Culture, Meaning and Identity Making Processes in the Backpacker Culture among Backpackers in Central America*. Retrieved from http://www.anthrobase.com/Txt/A/Anderskov_C_01.htm#3.01_Demographic_Features_of_the_Backpacker_Culture
- Araújo, M. A., Gomes, A., Chaminé, H. I., Gama Pereira, L. C., & Pinto de Jesus, A. (2003). Geomorfologia e geologia regional do sector de Porto – Espinho (W de Portugal): implicações morfoestruturais na cobertura sedimentar cenozóica. *Cadernos Lab. Xeolóxico de Laxe*, 28,

79–105.

- Ashworth, G. J., & Tunbridge, J. E. (1990). *The Tourist-Historic City*. Belhaven Press.
- Ashworth, G., & Page, S. J. (2011). Urban tourism research: Recent progress and current paradoxes. *Tourism Management*, 32(1), 1–15. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2010.02.002>
- Ateljevic, I., & Doorne, S. (2004). Theoretical Encounters: A Review of Backpacker Literature. In G. Richards & J. Wilson (Eds.), *The Global Nomad, Backpacker Travel in Theory and Practice* (pp. 60–76). Clevedon: Channel View Publications.
- Ballantyne, R., Packer, J., & Axelsen, M. (2009). Trends in tourism research. *Annals of Tourism Research*, 36(1), 149–152. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2008.07.001>
- Bauder, M., & Freytag, T. (2015). Visitor mobility in the city and the effects of travel preparation. *Tourism Geographies*, 6688(August), 1–19. <https://doi.org/10.1080/14616688.2015.1053971>
- Bauder, M., Freytag, T., & Gérardot, M. (2014). Exploring tourist mobility in Paris. A combined visitor survey and GPS tracking study. *EspacesTemps.Net Revue Indisciplinaire de Sciences Sociales*, (April 2015), 1–7. Retrieved from <http://www.espacestemp.net/en/articles/analyser-les-mobilites-touristiques-a-paris-en-com-binant-enquete-visiteurs-et-gps/>
- Beaujeu-Garnier, J. (1997). *Geografia Urbana*. (S. de E. da F. Calouste-Gulbenkian, Ed.) (2ªEdição). Porto: Fundação Calouste-Gulbenkian.
- Beck, U. (2000). The cosmopolitan perspective: sociology of the second age of modernity. *British Journal of Sociology*, 51(1), 79–105. <https://doi.org/10.1080/000713100358444>
- Becken, S., & Simmons, D. (2008). Using the concept of yield to assess the sustainability of different tourist types. *Ecological Economics*, 67(3), 420–429. <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2007.12.025>
- Becken, Susanne, Frampton, C., & Simmons, D. (2001). Energy consumption patterns in the accommodation sector—the New Zealand case. *Ecological Economics*, 39(3), 371–386. [https://doi.org/10.1016/S0921-8009\(01\)00229-4](https://doi.org/10.1016/S0921-8009(01)00229-4)
- Becken, Susanne, & Patterson, M. (2006). Measuring National Carbon Dioxide Emissions from Tourism as a Key Step Towards Achieving Sustainable Tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 14(4), 323–338. <https://doi.org/10.2167/jost547.0>
- Becken, Susanne, Simmons, D., & Frampton, C. (2003). Segmenting Tourists by their Travel Pattern for Insights into Achieving Energy Efficiency. *Journal of Travel Research*, 42(1), 48–56. <https://doi.org/10.1177/0047287503253938>

- Becken, Susanne, Wilson, J., Forer, P., & Simmons, D. (2008). *Tourist Itineraries and Yield: Technical Background Report*. Canterbury. Retrieved from <https://researcharchive.lincoln.ac.nz/handle/10182/599>
- Beeco, J. A., Huang, W.-J., Hallo, J. C., Norman, W. C., McGehee, N. G., McGee, J., & Goetcheus, C. (2013). GPS Tracking of Travel Routes of Wanderers and Planners. *Tourism Geographies*, 15(3), 551–573. <https://doi.org/10.1080/14616688.2012.726267>
- Bell, C. (2008). 100% PURE New Zealand: Branding for back-packers. *Journal of Vacation Marketing*, 14(4), 345–355. <https://doi.org/10.1177/1356766708094755>
- Bellis, M. a, Hughes, K. E., Dillon, P., Copeland, J., & Gates, P. (2007). Effects of backpacking holidays in Australia on alcohol, tobacco and drug use of UK residents. *BMC Public Health*, 7, 1. <https://doi.org/10.1186/1471-2458-7-1>
- Bhatta, P., Simkhada, P., Van Teijlingen, E., & Maybin, S. (2009). A questionnaire study of voluntary service overseas (VSO) volunteers: Health risk and problems encountered. *Journal of Travel Medicine*, 16(5), 332–337. <https://doi.org/10.1111/j.1708-8305.2009.00342.x>
- Binder, J. (2004). The Whole Point of Backpacking: Anthropological Perspectives on the Characteristics of Backpacking. In Greg Richards & J. Wilson (Eds.), *The Global Nomad, Backpacker Travel in Theory and Practice* (pp. 92–108). Clevedon: Channel View Publications.
- Birenboim, A. (2016). New approaches to the study of tourist experiences in time and space. *Tourism Geographies*, 18(1), 9–17. <https://doi.org/10.1080/14616688.2015.1122078>
- Birenboim, A., & Shoal, N. (2015). Mobility research in the age of the smartphone. *Annals of the Association of American Geographers*, 106(2), 283–291. <https://doi.org/10.1080/00045608.2015.1100058>
- Botterill, D., Pointing, S., Hayes-Jonkers, C., Clough, A., Jones, T., & Rodriguez, C. (2013). Violence, Backpackers, Security and Critical Realism. *Annals of Tourism Research*, 42, 311–333. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2013.01.007>
- Botti, L., Peypoch, N., & Solonandrasana, B. (2008). Time and tourism attraction. *Tourism Management*, 29(3), 594–596. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.02.011>
- Bramwell, B., & Lane, B. (1993). Sustainable Tourism: An Evolving Global Approach. *Journal of Sustainable Tourism*, 1(1), 1–5. <https://doi.org/10.1080/09669589309450696>
- Bravo, M. P. C., & Eisman, L. B. (1998). *Investigación Educativa* (Ediciones). Sevilla.
- Brzózka, M. (2012). Description and course of backpacking trips depending on the nationality of the tourists. *Miscellanea Geographica - Regional Studies on Development*, 16(1), 36–42. <https://doi.org/10.2478/v10288-012-0020-7>

- Butler, G., & Hannam, K. (2014). Flashpacking and automobility. *Current Issues in Tourism*, 17(8), 739–752. <https://doi.org/10.1080/13683500.2013.783793>
- Caldeira, A., & Kastenholz, E. (2015). Spatiotemporal behaviour of the urban multi-attraction tourist: does distance travelled from country of origin make a difference? *Tourism & Management Studies*, 11(1).
- Caldeira, A. M. (2014). *A experiência de visita dirigida a múltiplas atrações: análise do comportamento espacial do turista e da sua satisfação*. Universidade de Aveiro. Retrieved from <http://ria.ua.pt/handle/10773/12755>
- Caldeira, A. M., & Kastenholz, E. (2018a). It's so hot: predicting climate change effects on urban tourists' time–space experience. *Journal of Sustainable Tourism*, 26(9), 1516–1542. <https://doi.org/10.1080/09669582.2018.1478840>
- Caldeira, A. M., & Kastenholz, E. (2018b). Tourists' spatial behaviour in urban destinations: The effect of prior destination experience. *Journal of Vacation Marketing*, 24(3), 247–260. <https://doi.org/10.1177/1356766717706102>
- Caldeira, A. M., & Kastenholz, E. (2019). Spatiotemporal tourist behaviour in urban destinations: a framework of analysis. *Tourism Geographies*, 0(0), 1–29. <https://doi.org/10.1080/14616688.2019.1611909>
- Cater, E. A. (1993). Ecotourism in the third world: Problems for sustainable tourism development. *Tourism Management*, 14(2), 85–89.
- Chang, H.-H. (2012). Wayfinding Strategies and Tourist Anxiety in Unfamiliar Destinations. *Tourism Geographies*, (June 2015), 1–22. <https://doi.org/10.1080/14616688.2012.726270>
- Chen, G., Bao, J., & Huang, S. (Sam). (2014). Segmenting Chinese Backpackers by Travel Motivations. *International Journal of Tourism Research*, 16(January 2013), 355–367. <https://doi.org/10.1002/jtr.1928>
- Chen, H., & Weiler, B. (2014). Chinese Donkey Friends in Tibet – Evidence from the Cyberspace Community. *Journal of China Tourism Research*, 10(4), 475–492. <https://doi.org/10.1080/19388160.2014.951503>
- Chhetri, P. (2015). A GIS methodology for modelling hiking experiences in the Grampians National Park, Australia. *Tourism Geographies*, 17(5), 795–814. <https://doi.org/10.1080/14616688.2015.1083609>
- Choi, H. C., & Sirakaya, E. (2006). Sustainability indicators for managing community tourism. *Tourism Management*, 27(6), 1274–1289. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2005.05.018>
- Choi, J., Lee, W. Do, Park, W. H., Kim, C., Choi, K., & Joh, C.-H. (2014). Analyzing changes in travel behavior in time and space using household travel surveys in Seoul Metropolitan Area over eight years. *Travel Behaviour and Society*, 1(1), 3–14.

- <https://doi.org/10.1016/j.tbs.2013.10.003>
- Cilimburg, A., Monz, C., & Kehoe, S. (2000). Wildland Recreation and Human Waste: A Review of Problems, Practices, and Concerns. *Environmental Management*, 25(6), 587–598. <https://doi.org/10.1007/s002670010046>
- Clifton, J., & Benson, A. (2006). Planning for Sustainable Ecotourism: The Case for Research Ecotourism in Developing Country. *Journal of Sustainable Tourism*, 143(February), 238–254. <https://doi.org/10.1080/09669580608669057>
- Clow, D. W., Forrester, H., Miller, B., Roop, H., Sickman, J. O., Ryu, H., & Domingo, J. S. (2013). Effects of stock use and *backpackers* on water quality in wilderness in Sequoia and Kings Canyon National Parks, USA. *Environ Management*, 52(6), 1400–1414. <https://doi.org/10.1007/s00267-013-0166-x>
- Cohen, E. (1972). Toward a sociology of international tourism. *Social Research*, 39(1), 164–182.
- Cohen, Erik. (2003). Backpacking: Diversity and Change. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 1(2), 95–110. <https://doi.org/10.1080/14766820308668162>
- Cohen, S. A. (2011). Lifestyle travellers. *Annals of Tourism Research*, 38(4), 1535–1555. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.02.002>
- Costa, C. (2005). Turismo e cultura: Avaliação das teorias e práticas culturais do sector do turismo (1990-2000). *Análise Social*, 40(175), 279–295.
- Costa, J., Moreira, M., & Vieira, F. (2014). Profile of the tourists visiting Porto and the North of Portugal. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 6(5), 413–428.
- Costa, V. (2014). *Regional Portuguese airports, Local Economy and Tourism Development*. Faculdade de Ciências Económicas e Empresariais da Universidade de Vigo.
- Coxito Afonso, M. J., Chaminé, H. L., Gomes, A., Teixeira, J., Araújo, M. A., Marques da Silva, M. A., & Rocha, F. T. (2004). Cartografia geológica e geomorfológica estrutural da área metropolitana do Porto: implicações na gestão dos recursos hídricos subterrâneos. *Xeográfica, Revista de Xeografia, Território e Medio Ambiente*, (4), 101–115.
- Cunha, L. (2013). *Economia e Política do Turismo* (3.^a Edição). Lisboa: Lidel, edições técnicas, Lda.
- D'Hainaut, L. (1992). *Conceitos e Métodos da Estatística, Volume II*. Serviço de Educação da Fundação Calouste Gulbenkian.
- D'Hainaut, L. (1997). *Conceitos e Métodos da Estatística, Volume I* (2^a Edição). Serviços de Educação da Fundação Calouste Gulbenkian.
- Daldeniz, B., & Hampton, M. P. (2013). Dive Tourism and Local Communities: Active Participation or Subject to Impacts? Case Studies from Malaysia. *Internationsl Journal of Tourism*

- Research*, 15, 507–520. <https://doi.org/10.1002/jtr>
- Davenport, J., & Davenport, J. L. (2006). The impact of tourism and personal leisure transport on coastal environments: A review. *Estuarine, Coastal and Shelf Science*, 67(1–2), 280–292. <https://doi.org/10.1016/j.ecss.2005.11.026>
- Dayour, F., Adongo, C. A., & Taale, F. (2016). Determinants of *backpackers'* expenditure. *Tourism Management Perspectives*, 17, 36–43. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2015.11.003>
- Dayour, F., Kimbu, A. N., & Park, S. (2017). Backpackers: The need for reconceptualisation. *Annals of Tourism Research*, 4–6. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2017.06.004>
- De Cantis, S., Ferrante, M., Kahani, A., & Shoval, N. (2016). Cruise passengers' behavior at the destination: Investigation using GPS technology. *Tourism Management*, 52, 133–150. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.06.018>
- Decreto-Lei n.º 128/2014. (2014). Diário da República n.º 166/2014, Série I de 2014-08-29. Retrieved from <https://data.dre.pt/eli/dec-lei/128/2014/08/29/p/dre/pt/html>
- Dejbakhsh, S., Arrowsmith, C., & Jackson, M. (2011). Cultural Influence on Spatial Behaviour. *Tourism Geographies*, 13(1), 91–111. <https://doi.org/10.1080/14616688.2010.516396>
- Derlet, R. W. (2008). Backpacking in Yosemite and Kings Canyon National Parks and neighboring wilderness areas: How safe is the water to drink? *Journal of Travel Medicine*, 15(4), 209–215. <https://doi.org/10.1111/j.1708-8305.2008.00201.x>
- Dickinson, J. E., Filimonau, V., Cherrett, T., Davies, N., Norgate, S., Speed, C., & Winstanley, C. (2013). Understanding temporal rhythms and travel behaviour at destinations: potential ways to achieve more sustainable travel. *Journal of Sustainable Tourism*, 21(7), 1070–1090. <https://doi.org/10.1080/09669582.2013.802328>
- Dolnicar, S., Laesser, C., & Matus, K. (2010). Short-haul city travel is truly environmentally sustainable. *Tourism Management*, 31(4), 505–512. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.06.002>
- East, D., Osborne, P., Kemp, S., & Woodfine, T. (2017). Combining GPS & survey data improves understanding of visitor behaviour. *Tourism Management*, 61, 307–320. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.02.021>
- Echtner, C. M. (1999). The semiotic paradigm: implications for tourism research. *Tourism Management*, 20(1), 47–57. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(98\)00105-8](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(98)00105-8)
- Edelheim, J. R. (2015). *Tourist attractions: From Object to Narrative*. Channel View Publications.
- Edwards, D., & Griffin, T. (2013). Understanding tourists' spatial behaviour: GPS tracking as an aid to sustainable destination management. *Journal of Sustainable Tourism*, 21(4), 580–595. <https://doi.org/10.1080/09669582.2013.776063>

- Edwards, D., Griffin, T., & Hayllar, B. (2008). Urban Tourism Research. Developing an Agenda. *Annals of Tourism Research*, 35(4), 1032–1052. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2008.09.002>
- Edwards, D., Griffin, T., Hayllar, B., & Dickson, T. (2009). Using GPS to Track Tourists Spatial Behaviour in Urban Destinations. Retrieved from http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1905286
- Edwards, R. L. (2013). *Backpacking in the Digital Age: Ethnographic Perspectives From Latin America*. University of Central Florida. Retrieved from https://anthropology.cos.ucf.edu/main/wp-content/uploads/2013/09/Edwards_Russell.pdf
- Elsevier. (2014). *Scopus*. Retrieved from http://www.elsevier.com/__data/assets/pdf_file/0007/148714/3859-Scopus-Facts-and-Figures-LO.pdf
- Elsrud, T. (1998). Time Creation in Travelling. The taking and making of time among women backpackers. *Time & Society*, 7(2), 309–334.
- Elsrud, T. (2001). Risk creation in traveling: Backpacker adventure narration. *Annals of Tourism Research*, 28(3), 597–617. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(00\)00061-X](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(00)00061-X)
- Enoch, Y., & Grossman, R. (2010). Blogs of Israeli and Danish backpackers to India. *Annals of Tourism Research*, 37(2), 520–536. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2009.11.004>
- Espelt, N. G., & Benito, J. A. D. (2006). Visitors' Behavior in Heritage Cities: The Case of Girona. *Journal of Travel Research*, 44(4), 442–448. <https://doi.org/10.1177/0047287505282956>
- Espelt, Núria G., & Benito, J. A. D. (2018). First-time versus repeat visitors' behavior patterns: a GPS analysis. *Boletín de La Asociación de Geógrafos Españoles*, 78, 49–65. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.21138/bage.2711>
- Euromonitor International. (2017). *Top 100 City Destinations Ranking*. London. Retrieved from <http://blog.euromonitor.com/2017/01/top-100-city-destination-ranking-2017.html>
- European Commission. (2014). *Erasmus – Facts, Figures & Trends. The European Union support for student and staff exchanges and university cooperation in 2012-13*. Luxembourg. Retrieved from http://ec.europa.eu/education/library/statistics/ay-12-13/facts-figures_en.pdf
- Fair, C., & Cutting-Miller, R. (2014). 2014 Travel & Tourism Trends. Retrieved June 12, 2015, from <https://pt.slideshare.net/chrisfair/2014-travel-tourism-trends-28171651?related=1>
- Falk, M. (2015). Summer weather conditions and tourism flows in urban and rural destinations. *Climatic Change*, 130(2), 201–222. <https://doi.org/10.1007/s10584-015-1349-7>
- Felkai, P. (2010). The importance of different forms of prevention in travel medicine. *Asian Pacific Journal of Tropical Medicine*, 3(1), 74–77. [https://doi.org/10.1016/S1995-7645\(10\)60038-7](https://doi.org/10.1016/S1995-7645(10)60038-7)

- Fennel, D. A. (1996). A TOURIST SPACE-TIME BUDGET IN THE SHETLAND ISLANDS. *Annals of Tourism Research*, 23(4), 811–829.
- Fennell, D. A. (1996). A tourist space-time budget in the Shetland Islands. *Annals of Tourism Research*, 23(4), 811–829. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(96\)00008-4](https://doi.org/10.1016/0160-7383(96)00008-4)
- Fernandes, A., Pais, C., & Pereira, E. (2009). 1º Congresso de Ciência Regional de Cabo Verde, com o 15º Congresso da Associação Portuguesa de Desenvolvimento Regional e com o 3º Congresso de Gestão e Conservação da Natureza. In *A importância das atrações turísticas no fomento do Turismo* (pp. 1440–1462). Cidade da Praia: APDR. Retrieved from [http://www.apdr.pt/congresso/2009/pdf/Sessão 14/112A.pdf](http://www.apdr.pt/congresso/2009/pdf/Sessão%2014/112A.pdf)
- Fernandes, D. (1991). Notas sobre os paradigmas da investigação em educação. *Noesis*, 18, 64–66.
- Ferrante, M., De Cantis, S., & Shoal, N. (2016). A general framework for collecting and analysing the tracking data of cruise passengers at the destination. *Current Issues in Tourism*, 1–32. <https://doi.org/10.1080/13683500.2016.1194813>
- Firth, T., & Hing, N. (1999). Backpacker hostels and their guests: attitudes and behaviours relating to sustainable tourism. *Tourism Management*, 20(2), 251–254. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(98\)00076-4](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(98)00076-4)
- Flognfeldt, T. J. (1999). Traveler Geographic Origin and Market Segmentation: The Multi Trips Destination Case. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 8(1), 111–124. <https://doi.org/10.1300/J073v08n01>
- Fuchs, G. (2013). Low Versus High Sensation-seeking Tourists: a Study of Backpackers' Experience Risk Perception. *International Journal of Tourism Research*, 15(November 2011), 81–92. Retrieved from <http://eprints.bournemouth.ac.uk/827/4/licence.txt>
- Galí, N., & Aulet, S. (2019). Tourists' space–time behavior in heritage places: Comparing guided and nonguided visitors. *International Journal of Tourism Research*, 21(3), 388–399. <https://doi.org/10.1002/jtr.2270>
- Geerts, W. (2018). *Top 100 City Destinations 2018*. Retrieved from http://go.euromonitor.com/rs/805-KOK-719/images/wpTop100CitiesEN_Final.pdf?mkt_tok=eyJpIjoiTURFeE56TTBOV1JrTW1GaSlInQiOiJ0Tk5ibkZY3JFd2t5eWh1QlI6YjJMNjVabFdnWIRhbTRVZ1I5czNwNnhDRm02dFIEcjV3T1krMDC3bjN5YXpkUnJ3QnNpSm9xUkV0aHpnWkdJUWpobWUzSOY5ZXJhcHQ4ZTBG
- Ghiglione, R., & Matalon, B. (1995). *O Inquérito, Teoria e Prática* (2ª Edição). Celta Editora Lda.
- Gibson, C., & Connell, J. (2003). 'Bongo fury': Tourism, music and cultural economy at Byron Bay, Australia. *Tijdschrift Voor Economische En Sociale Geografie*, 94(2), 164–187.

<https://doi.org/10.1111/1467-9663.00247>

- Giddens, A. (2006). *O mundo na era da globalização* (6ª Edição). Lisboa: Editorial Presença.
- Gogia, N. (2006). Unpacking corporeal mobilities: The global voyages of labour and leisure. *Environment and Planning A*, 38(2), 359–375. <https://doi.org/10.1068/a37274>
- Green, R. (2005). Community perceptions of environmental and social change and tourism development on the island of Koh Samui, Thailand. *Journal of Environmental Psychology*, 25(1), 37–56. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2004.09.007>
- Grinberger, a. Y., Shoval, N., & McKercher, B. (2014). Typologies of tourists' time–space consumption: a new approach using GPS data and GIS tools. *Tourism Geographies*, 16(1), 105–123. <https://doi.org/10.1080/14616688.2013.869249>
- Grinberger, A. Y., & Shoval, N. (2019). Spatiotemporal Contingencies in Tourists' Intradiurnal Mobility Patterns. *Journal of Travel Research*, 58(3), 512–530. <https://doi.org/10.1177/0047287518757372>
- Hägerstrand, T. (1970). What about people in regional science? *Papers of the Regional Science Association*, 24(1), 7–21.
- Hair, J. F. J., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis* (Internatio). New Jersey: Pearson Education.
- Hallo, J. C., Beeco, J. a., Goetcheus, C., McGee, J., McGehee, N. G., & Norman, W. C. (2012). GPS as a Method for Assessing Spatial and Temporal Use Distributions of Nature-Based Tourists. *Journal of Travel Research*, 51(5), 591–606. <https://doi.org/10.1177/0047287511431325>
- Hampton, M. (1998). Backpacker tourism and economic development. *Annals of Tourism Research*, 25(3), 639–660. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(98\)00021-8](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(98)00021-8)
- Hampton, M. (2003). Entry points for local tourism in developing countries: Evidence from yogyakarta, Indonesia. *Geografiska Annaler, Series B: Human Geography*, 85(2), 85–101. <https://doi.org/10.1111/1468-0467.00133>
- Hampton, M., & Hamzah, A. (2010). The changing Geographies of Backpacker tourism in south-east Asia. *Working Paper No.210. Co-Published as Centre for Innovative Planning & Development Monograph 3(2010). Faculty of the Built Environment Universiti Teknologi Malaysia. Business School, University of Kent. Retrieved from https://kar.kent.ac.uk/id/eprint/24576*
- Hamzah, A., & Hampton, M. P. (2013). Resilience and Non-Linear Change in Island Tourism. *Tourism Geographies*, 15(1), 43–67. <https://doi.org/10.1080/14616688.2012.675582>
- Hanlan, J., & Kelly, S. (2005). Image formation, information sources and an iconic Australian

- tourist destination. *Journal Of Vacation Marketing*, 11(2), 163–177. <https://doi.org/10.1177/1356766705052573>
- Hannam, K., & Diekmann, A. (2010a). *Beyond Backpacker Tourism*. (K. Hannam & A. Diekmann, Eds.). Bristol: Channel View Publications. Retrieved from <http://books.google.pt/books?id=rNwtjtMXzz0C>
- Hannam, K., & Diekmann, A. (2010b). From Backpacking to Flashpacking: Developments in Backpacker Tourism Research. In K. Hannam & A. Diekmann (Eds.), *Beyond Backpacker Tourism, Mobilities and Experiences* (pp. 1–7). Bristol: Channel View Publications.
- Haralambopoulos, N., & Pizam, A. (1996). Perceived impacts of tourism. *Annals of Tourism Research*, 23(3), 503–526. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(95\)00075-5](https://doi.org/10.1016/0160-7383(95)00075-5)
- Hardy, A. L., & Beeton, R. J. S. (2001). Sustainable tourism or maintainable tourism: Managing resources for more than average outcomes. *Journal of Sustainable Tourism*, 9(3), 168–192. <https://doi.org/10.1080/09669580108667397>
- Harvey, D. (1989). *The Condition of Postmodernity, An enquiry into the origins of cultural change*. Cambridge, Massachusetts: Blackwell Publishers.
- Hawelka, B., Sitko, I., Beinat, E., Sobolevsky, S., Kazakopoulos, P., & Ratti, C. (2014). Geo-located Twitter as proxy for global mobility patterns. *Cartography and Geographic Information Science*, 41(3), 260–271. <https://doi.org/10.1080/15230406.2014.890072>
- Hecht, J., & Martin, D. (2006). Backpacking and *hostel*-picking: an analysis from Canada. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 18(1), 60–77.
- Hill, M. M., & Hill, A. (2009). *Investigação por Questionário (2ª Edição)*. Lisboa: Edições Sílabo.
- Hindle, N., Martin, A., & Nash, R. (2015). Tourism development and the backpacker market in Highland Scotland. *Tourism and Hospitality Research*, 15(3), 178–192. <https://doi.org/10.1177/1467358415578471>
- Ho, C.-I., Lin, P.-Y., & Huang, S.-C. (2012). Exploring Taiwanses Working Holiday-Markers' Motivations: An Analysis of MeansEnd Hierarchies. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 38(4), 463–486. <https://doi.org/10.1177/1096348012461549>
- Hottola, P. (2005). The Metaspatialities of Control Management in Tourism: Backpacking in India. *Tourism Geographies*, 7(1), 1–22. <https://doi.org/10.1080/1461668042000324030>
- Howard, R. W. (2007). Five backpacker tourist enclaves. *International Journal of Tourism Research*, 9(2), 73–86. <https://doi.org/10.1002/jtr.593>
- Howard, Robert W. (2005). Khaosan Road: an evolving backpacker tourist enclave being partially reclaimed by the locals. *International Journal of Tourism Research*, 7(6), 357–374. <https://doi.org/10.1002/jtr.542>

- Hsu, J. L., Wang, T. C.-T., & Huang, P. Y.-H. (2014). Motivations for first-time and repeat *backpackers* in Shanghai. *Tourism Management Perspectives*, 12, 57–61. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2014.08.001>
- Huang, Q., & Xia, L. (2016). Inspection of Spatial-Temporal Behavior of Backpackers in Beijing Based on Trajectory. *Wireless Personal Communications*, 87(4), 1337–1356. <https://doi.org/10.1007/s11277-015-3056-0>
- Hughes, K.; Downing; Bellis, J. M. A.; Dillon, P.; Copeland, P. (2009). The sexual behaviour of British *backpackers* in Australia. *Sex Transm Infect*, 85(6), 477–482.
- Hunt, M. a., & Crompton, J. L. (2008). Investigating attraction compatibility in an east Texas city. *International Journal of Tourism Research*, 10(3), 237–246. <https://doi.org/10.1002/jtr.652>
- Huot, R. (2002). *Métodos Quantitativos para as Ciências Humanas*. Instituto Piaget.
- Hwang, Y.-H., & Fesenmaier, D. R. (2003). Multidestination Pleasure Travel Patterns: Empirical Evidence from the American Travel Survey. *Journal of Travel Research*, 42(2), 166–171. <https://doi.org/10.1177/0047287503253936>
- laquinto, B. L. (2015). “I recycle, I turn out the lights{”}: understanding the everyday sustainability practices of *backpackers*. *Journal of Sustainable Tourism*, 23(4), 577–599. <https://doi.org/10.1080/09669582.2014.978788>
- IBM Corp. Released. (2013). *IBM SPSS Statistics for Windows, Version 22.0*. Armonk, NY: IBM Corp.
- IMF. (1997). World Economic Outlook, A Survey by the Staff of the International Monetary Fund, Meeting the Challenges of Globalization in the Advanced Economies. In *World Economic and Financial Surveys* (p. p.45).
- INE. (2004). Cidade. Conceitos Estatísticos. Retrieved May 11, 2017, from <http://smi.ine.pt/Conceito/Detalhes/4978>
- INE. (2009). Sistema de Metainformação. Instituto Nacional de Estatística. Retrieved from <http://smi.ine.pt/>
- INE. (2016). *Anuário Estatístico: Portugal 2015*. (I. Instituto Nacional de Estatística, Ed.) (Edição 201). Lisboa.
- Instituto de Planeamento e Desenvolvimento do Turismo. (2017). *Perfil dos Turistas do Porto e Norte de Portugal - Verão 2017*. Porto. Retrieved from <https://travelbi.turismodeportugal.pt/pt-pt/Documents/Comportamento do Consumidor/perfil-turistas-porto-e-norte-verao-2017.pdf>
- Interrail. (2019). Retrieved June 12, 2015, from <https://pt.wikipedia.org/wiki/Interrail>
- IPDT. (2012). *Perfil dos Turistas do Porto e Norte de Portugal, 1º trimestre de 2012*. Porto.

- Retrieved from file:///C:/Users/Users/Downloads/PerfilTuristaPNP_Trimestre1_2012.pdf
- Jacobsen, J. K. S., & Munar, A. M. (2012). Tourist information search and destination choice in a digital age. *Tourism Management Perspectives*, 1(1), 39–47. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2011.12.005>
- Jarvis, J., & Peel, V. (2010). Flashpacking in Fiji: Reframing the 'Global Nomad' in a Developing Destination. In K. H. and A. Diekmann (Ed.), *Beyond Backpacker Tourism, Mobilities and Experiences* (CHANNEL VI, pp. 21–39).
- Jarvis, J., & Peel, V. (2013). Tourists for hire: International working holidaymakers in a work based destination in regional Australia. *Tourism Management*, 37, 114–124. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.10.014>
- Jerez, S. (2014). *Es el turismo mochilero sostenible? : Consecuencias del turismo mochilero en Laos. Caso de estudio. Impactos del turismo mochilero en dos destinos turísticos: Reserva Natural de Bokeo y Vang Vieng*. Universitat Oberta de Catalunya. Retrieved from <http://openaccess.uoc.edu/webapps/o2/bitstream/10609/36961/6/asolerjeTFG0614memoria.pdf>
- Johnston, R. J., Gregory, D., Pratt, G., & Watts, M. (2000). *The Dictionary of Human Geography*. (G. P. & M. W. R. J. Johnston, Derek Gregory, Ed.) (4th Editio). Blackwell Publishers Ltd.
- Jovanović, V., & Njeguš, A. (2008). The application of gis and its components in tourism. *Yugoslav Journal of Operations Research*, 18(2), 261–272. <https://doi.org/10.2298/YUJOR0802261J>
- Kádár, B. (2014). Measuring tourist activities in cities using geotagged photography. *Tourism Geographies*, 16(1), 88–104. <https://doi.org/10.1080/14616688.2013.868029>
- Kádár, B., & Gede, M. (2013). Where Do Tourists Go? Visualizing and Analysing the Spatial Distribution of Geotagged Photography. *Cartographica: The International Journal for Geographic Information and Geovisualization*, 48(2), 78–88. <https://doi.org/10.3138/carto.48.2.1839>
- Kang, S. (2016). Associations between space–time constraints and spatial patterns of travels. *Annals of Tourism Research*, 61, 127–141. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2016.09.010>
- Kang, S., Lee, G., Kim, J., & Park, D. (2018). Identifying the spatial structure of the tourist attraction system in South Korea using GIS and network analysis: An application of anchor-point theory. *Journal of Destination Marketing and Management*, 9(May), 358–370. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2018.04.001>
- Kannisto, P. (2016). Extreme mobilities: Challenging the concept of “travel.” *Annals of Tourism Research*, 57, 220–233. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2016.01.005>
- Kannisto, P. E. (2014). *Global Nomads: Challenges of Mobility in the Sedentary World*.

- Kawase, J., & Ito, F. (2016). Expanding Typologies of Tourists' Spatio-temporal Activities Using the Sequence Alignment Method. *E-Review of Tourism Research*, 7(2007). Retrieved from <http://ertr.tamu.edu/enter-2016-volume-7-research-notes/>
- Keul, A., & Kühberger, A. (1997). Tracking the Salzburg tourist. *Annals of Tourism Research*. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(97\)00038-8](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(97)00038-8)
- Kim, Y. J. E., Pearce, P. L., Morrison, A. M., & O'Leary, J. T. (1996). Mature vs. youth travelers: The Korean market. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 1(1), 102–112. <https://doi.org/10.1080/10941669708721967>
- Koo, T. T. R., Wu, C. L., & Dwyer, L. (2012). Dispersal of visitors within destinations: Descriptive measures and underlying drivers. *Tourism Management*, 33(5), 1209–1219. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2011.11.010>
- Ku, E. C. S. (2011). Recommendations from a virtual community as a catalytic agent of travel decisions. *Internet Research*, 21(3), 282–303. <https://doi.org/10.1108/10662241111139318>
- Ku, E. C. S., Chen, C.-D., Ho, C.-I., Lin, P.-Y., Huang, S.-C., Bosangit, C., ... Gogia, N. (2015). Unpacking corporeal mobilities: The global voyages of labour and leisure. *Environment and Planning A*, 38(4), 463–486. <https://doi.org/10.1068/a37274>
- Kuhn, T. (1998). *A estrutura das revoluções científicas* (5ª Edição). São Paulo: Editora Perspectiva.
- Kwan, M. P. (2000). Interactive geovisualization of activity-travel patterns using three-dimensional geographical information systems: A methodological exploration with a large data set. *Transportation Research Part C: Emerging Technologies*, 8(1–6), 185–203. [https://doi.org/10.1016/S0968-090X\(00\)00017-6](https://doi.org/10.1016/S0968-090X(00)00017-6)
- Larsen, S., Øgaard, T., & Brun, W. (2011). Backpackers and mainstreamers: Realities and Myths. *Annals of Tourism Research*, 38(2), 690–707. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.01.003>
- Lau, A., & McKercher, B. (2004). Exploration Versus Acquisition: A Comparison of First-Time and Repeat Visitors. *Journal of Travel Research*, 42(3), 279–285. <https://doi.org/10.1177/0047287503257502>
- Lau, G., & McKercher, B. (2006). Understanding tourist movement patterns in a destination: A GIS approach. *Tourism and Hospitality Research*, 7(1), 39–49. Retrieved from <http://www.jstor.org/stable/23745380>
- Lau, Gigi. (2007). *Mapping tourist movement patterns*. The Hong Kong Polytechnic University School of Hotel and Tourism Management.
- Le-Klähn, D.-T., Roosen, J., Gerike, R., & Hall, C. M. (2015a). Factors affecting tourists' public transport use and areas visited at destinations. *Tourism Geographies*, 17(5), 738–757. <https://doi.org/10.1080/14616688.2015.1084527>

- Le-Klähn, D.-T., Roosen, J., Gerike, R., & Hall, C. M. (2015b). Factors affecting tourists' public transport use and areas visited at destinations. *Tourism Geographies*, 17(5), 738–757. <https://doi.org/10.1080/14616688.2015.1084527>
- Leask, A. (2010). Progress in visitor attraction research: Towards more effective management. *Tourism Management*, 31(2), 155–166. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.09.004>
- Lee, H., Chung, N., & Nam, Y. (2019). Do online information sources really make tourists visit more diverse places?: Based on the social networking analysis. *Information Processing and Management*, 56(4), 1376–1390. <https://doi.org/10.1016/j.ipm.2018.01.005>
- Lei n.º 11/82 de 2 de junho. (n.d.). Diário da República n.º 125/1982, Série I de 1982-06-02. Retrieved from <https://dre.pt/web/guest/pesquisa/-/search/391832/details/normal?jp=true&q=Lei+n.º11%2F82>
- Leiper, N. (1979). The Framework of Tourism. *Annals of Tourism Research*, 64, 390–407.
- Leung, X. Y., Wang, F., Wu, B., Bai, B., Stahura, K. A., & Xie, Z. (2012). A social Network Analysis of Overseas Tourist Movement Patterns in Beijing: the Impact of the Olympic Games. *International Journal of Tourism Research*, (14), 469–484. <https://doi.org/10.1002/jtr>
- Lew, A., & McKercher, B. (2006). Modeling Tourist Movements. *Annals of Tourism Research*, 33(2), 403–423. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2005.12.002>
- Li, M., Fang, L., Huang, X., & Goh, C. (2015). A spatial-temporal analysis of hotels in urban tourism destination. *International Journal of Hospitality Management*, 45, 34–43. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2014.11.005>
- Lloyd, K. (2003). Contesting control in transitional -Vietnam: The development and regulation of traveller cafés in Hanoi and Ho Chi Minh City. *Tourism Geographies*, 5(3), 350–366. <https://doi.org/10.1080/14616680309717>
- Loker-Murphy, L. (1997). Backpackers in Australia. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 5(4), 23–45. https://doi.org/10.1300/J073v05n04_02
- Loker-Murphy, L., & Pearce, P. L. (1995). Young budget travelers: Backpackers in Australia. *Annals of Tourism Research*, 22(4), 819–843. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(95\)00026-0](https://doi.org/10.1016/0160-7383(95)00026-0)
- Low, D., Bandara, T., Pathak, P., Goyal, D., Santos, J., Cottrill, C., ... Ben-Akiva, M. (2012). Transportation activity analysis using smartphones. *2012 IEEE Consumer Communications and Networking Conference (CCNC)*, 60–61. <https://doi.org/10.1109/CCNC.2012.6181051>
- Lu, A. C. C., & Chen, B. T. (2014). Information Search Behavior of Independent Travelers: A Cross-Cultural Comparison Between Chinese, Japanese, and American Travelers. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 23(8), 865–884. <https://doi.org/10.1080/19368623.2014.858612>

- Lu, Y., & Fang, T. (2014). Examining Personal Air Pollution Exposure, Intake, and Health Danger Zone Using Time Geography and 3D Geovisualization. *ISPRS International Journal of Geo-Information*, 4(1), 32–46. <https://doi.org/10.3390/ijgi4010032>
- Lue, C. C., Crompton, J. L., & Fesenmaier, D. R. (1993). Conceptualization of multi-destination pleasure trips. *Annals of Tourism Research*, 20(2), 289–301. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(93\)90056-9](https://doi.org/10.1016/0160-7383(93)90056-9)
- Luo, F. L. F., & Li, J. L. J. (2009). Backpacker Internet Information Search Behavior: A Case Study of University Students in China. *2009 International Conference on Information Management, Innovation Management and Industrial Engineering*, 3, 547–550. <https://doi.org/10.1109/ICIII.2009.442>
- Luo, X., Brown, G., & Huang, S. (Sam). (2015). Host perceptions of *backpackers*: Examining the influence of intergroup contact. *Tourism Management*, 50, 292–305. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.03.009>
- Luo, X., Huang, S. (Sam), & Brown, G. (2014). Backpacking in China: A Netnographic Analysis of Donkey Friends' Travel Behaviour. *Journal of China Tourism Research*, 0(April), 1–18. <https://doi.org/10.1080/19388160.2014.908757>
- Maoz, D. (2006). The mutual gaze. *Annals of Tourism Research*, 33(1), 221–239. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2005.10.010>
- Maoz, D. (2007). Backpackers' motivations the role of culture and nationality. *Annals of Tourism Research*, 34(1), 122–140. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2006.07.008>
- Maranhão, C. (2012). Análise do paradigma teórico de turismo... *Revista Turismo Visão e Ação - Eletrônica.*, 14 (2), 214–229.
- Marktest. (2018). Barómetro de Telecomunicações da Marktest. Retrieved from <https://www.marktest.com/wap/a/n/id~2046.aspx>
- Markward, A. (2008). *Backpackers: The next Generation?* AUckland University of Technology. Retrieved from <http://aut.researchgateway.ac.nz/bitstream/handle/10292/435/MarkwardA.pdf?sequence=4>
- Maroco, J. (2010). *Análise Estatística Com Utilização do SPSS (3ª Edição)*. Edições Sílabo, Lda.
- Martins, I. (coord. . (2014). *Censos 2011, Mudanças demográficas no Porto entre 2001 e 2011*. Porto. Retrieved from http://www.cm-porto.pt/assets/misc/img/PDM/Revisao_PDM/Estudos_base/Censos2011_Mudancas_demograficas_2014.pdf
- Martins, M. R. (2015). Turistas *backpackers*: os antituristas na era da hiper-mobilidade. In *Globalização, Cadernos Mateus DOC 10* (pp. 157–173). Vila Real: Instituto Internacional

Casa de Mateus.

- Martins, M. R., & Costa, R. A. (2016). Environmental impact and sustainability of backpacker tourism: a critical review of the literature and directions for future researches. In S. Lira, A. Mano, C. Pinheiro, & R. Amoêda (Eds.), *Proceedings of the Tourism 2016, International Conference on Global Tourism and Sustainability* (pp. 277–293). Lagos: Green Lines Instituto para o Desenvolvimento Sustentável.
- Martins, M. R., & Costa, R. A. (2017). Backpackers' contribution to development and poverty alleviation: myth or reality? A critical review of the literature and directions for future research. *European Journal of Tourism Research*, 16, 136–153.
- Martins, M. R., Rachão, S., & Costa, R. A. da. (2018). Electronic word of mouth: Does it really matter to *backpackers*? Booking website reviews as an indicator for *hostels*' quality services. *Journal of Quality Assurance in Hospitality and Tourism*, 19(4), 415–441. <https://doi.org/10.1080/1528008X.2018.1429980>
- Marujo, N. (2013). A pesquisa em turismo: reflexões sobre as abordagens qualitativa e quantitativa. *TURYDES, Revista de Investigación En Turismo y Desarrollo Local*, 6(14), 1–16.
- Masiero, L., & Zoltan, J. (2013). Tourists intra-destination visits and transport mode: A bivariate probit model. *Annals of Tourism Research*, 43, 529–546. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2013.05.014>
- Mathieson, A., & Wall, G. (1993). *Tourism: economic, physical and social impacts*. Longman Scientific & Technical.
- Mayo, E. . J., & Jarvis, L. . P. (1981). *The Psychology of Leisure Travel*. MA: CBI: Boston.
- Mbaiwa, J. E. (2003). The socio-economic and environmental impacts of tourism development on the Okavango Delta, north-western Botswana. *Journal of Arid Environments*, 54, 447–467. <https://doi.org/10.1006/jare.2002.1101>
- Mcadam, D. (1999). The Value and Scope of Geographical Information Systems in Tourism Management. *Journal of Sustainable Tourism*, 7(June 2012), 77–92. <https://doi.org/10.1080/09669589908667327>
- Mckercher, B., & Lau, G. (2008). Movement Patterns of Tourists within a Destination. *Tourism Geographies*, 10(3), 355–374. <https://doi.org/10.1080/14616680802236352>
- McKercher, B., & Lau, G. (2009). Methodological considerations when mapping tourist movements in a destination. *Tourism Analysis*, 14(4), 443–455.
- McKercher, Bob, Shoal, N., Ng, E., & Birenboim, A. (2012). First and Repeat Visitor Behaviour: GPS Tracking and GIS Analysis in Hong Kong. *Tourism Geographies*, 14(1), 147–161. <https://doi.org/10.1080/14616688.2011.598542>

- McKercher, Bob, Shoval, N., Park, E., & Kahani, A. (2014). The [Limited] Impact of Weather on Tourist Behavior in an Urban Destination. *Journal of Travel Research*, 54(4), 442–455. <https://doi.org/10.1177/0047287514522880>
- McKercher, Bob, Wong, C., & Lau, G. (2006). How tourists consume a destination. *Journal of Business Research*, 59(5), 647–652. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2006.01.009>
- Medeiros, C. A. (Coord. . (2005). *Geografia de Portugal. 2.Sociedade, Paisagem e Cidades*. (Círculo de Leitores, Ed.). Rio de Mouro.
- Meini, M., Nocera, R., & Spinelli, G. (2013). L ' analisi spaziale della mobilità turistica attraverso strumenti di geotagging : un esperimento con la web community di Panoramio Spatial analysis of tourist mobility through geotagging tools : an experiment with the Panoramio web community, (149), 87–101.
- Mikulic, J., Kresic, D., Milicevic, K., Seric, M., & Curkovic, B. (2016). Destination Attractiveness Drivers among Urban Hostel Tourists: An Analysis of Frustrators and Delighters. *International Journal of Tourism Research*, 18, 74–81. <https://doi.org/10.1002/jtr.2034>
- Mill, R. C., & Morrison, A. M. (1992). *The Tourism System: an introductory text* (2nd Editio). Prentice Hall.
- Miller, H. J. (2005). A Measurement Theory for Time Geography. *Geographical Analysis*, 37(1), 17–45. <https://doi.org/10.1111/j.1538-4632.2005.00575.x>
- Millonig, A., & Gartner, G. (2008). Exploring Human Spatio-Temporal Behaviour Patterns. In *Proceedings of the 17th International Research Symposium on Computer-based Cartography*. Shepherdstown, West Virginia, USA. Retrieved from http://www.cartogis.org/docs/proceedings/2008/millonig_gartner.pdf
- Mira, M. do R., & Ramos, A. (2013). Modelos explicativos e paradigmas, investigação e intenção em Turismo. *Comunicação e Ciências Empresariais, Revista Científica ESEC*, 8, 36–55.
- Miyasaka, T., Oba, A., Akasaka, M., & Tsuchiya, T. (2018). Sampling limitations in using tourists' mobile phones for GPS-based visitor monitoring. *Journal of Leisure Research*, 49(3–5), 298–310. <https://doi.org/10.1080/00222216.2018.1542526>
- Mohsin, A., & Ryan, C. (2003). Backpackers in the Northern Territory of Australia? motives, behaviours and satisfactions. *International Journal of Tourism Research*, 5(2), 113–131. <https://doi.org/10.1002/jtr.421>
- Monteiro, A. (1997). *O Clima Urbano do Porto: contributo para a definição das estratégias de planeamento e ordenamento do território*. Fundação Calouste Gulbenkian e Junta Nacional de Investigação Científica e Tecnológica.
- Moore, K., Smallman, C., Wilson, J., & Simmons, D. (2009). *Yield-relevant tourist decision making: technical background report*. Canterbury. Retrieved from

- http://researcharchive.lincoln.ac.nz/bitstream/handle/10182/1163/LEaP_rr_11.pdf?sequence=1
- Moran, D. (2000). Interpreting tour experiences: the case of structured backpacker tours in New Zealand. *Pacific Tourism Review: An Interdisciplinary Journal*, 4(1), 35–44.
- Moscardo, G., Konovalov, E., Murphy, L., & McGehee, N. (2013). Mobilities, community well-being and sustainable tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 21(4), 532–556. <https://doi.org/10.1080/09669582.2013.785556>
- Murphy, L. (2001). Exploring social interactions of *backpackers*. *Annals of Tourism Research*, 28(1), 50–67. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(00\)00003-7](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(00)00003-7)
- Murphy, L., & Brymer, E. (2010). Backpackers and sustainable tourism: exploring the potential. In *Global sustainable tourism* (pp. 733–749). Mbombela, Nelspruit: Tshwane University of Technology.
- Murphy, P. E. (1985). *Tourism: A Community Approach*. Nova Iorque: Methuen.
- Musa, G., & Thirumoorthi, T. (2011). Red Palm: exploring service quality and servicescape of the best backpacker *hostel* in Asia. *Current Issues in Tourism*, 14(2), 103–120. <https://doi.org/10.1080/13683500903511125>
- Muzaini, H. (2006). Backpacking Southeast Asia. *Annals of Tourism Research*, 33(1), 144–161. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2005.07.004>
- Nash, R., Thyne, M., & Davies, S. (2006). An investigation into customer satisfaction levels in the budget accommodation sector in Scotland: A case study of backpacker tourists and the Scottish Youth Hostels Association. *Tourism Management*, 27, 525–532. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2005.01.001>
- Nechar, M. C., & Netto, A. P. (2011). Implicaciones epistemológicas en la investigación turística. *Estudios y Perspectivas En Turismo*, 20, 384–403.
- Nielsen, N., & Harder, H. (2010). Approaches to GPS-survey of tourist movements within a North Sea island destination. In *ENTER 2010@ Lugano ...* (pp. 1–7). Retrieved from <http://vbn.aau.dk/ws/files/18868232/paper15.pdf>
- Nova School of Business and Economics, & Faculdade de Direito da Universidade de Lisboa; (2016). *O Alojamento Local em Portugal - qual o fenómeno?* Lisboa.
- Noy, C. (2004). This trip really changed me: Backpackers' narratives of self-change. *Annals of Tourism Research*, 31(1), 78–102. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2003.08.004>
- O.E.C.D. (2005). OECD, Handbook on Economic Globalisation Indicators, 11–14.
- O'Regan, M. (2010a). Backpacker Hostels: Place Performance. In K. Hannam & A. Diekmann (Eds.), *Beyond Backpacker Tourism, Mobilities and Experiences* (pp. 85–101). Bristol:

Channel View Publications.

- O'Regan, M. (2010b). *Backpacker Mobilities : The Practice And Performance Of Travellerscapes In A Global World*. University of Brighton. Retrieved from <http://eprints.brighton.ac.uk/id/eprint/12371>
- O'Reilly, C. C. (2006). From drifter to gap year tourist. Mainstreaming Backpacker Travel. *Annals of Tourism Research*, 33(4), 998–1017. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2006.04.002>
- Oliveira-Brochado, a., & Gameiro, C. (2013). Toward a better understanding of *backpackers'* motivations. *Tékhne*, 11(2), 92–99. <https://doi.org/10.1016/j.tekhne.2013.11.001>
- OMT. (2001). *Apuntes de metodología de la investigación en turismo* (1.ª Edição). Madrid.
- Ong, C.-E., & du Cros, H. (2012). The Post-Mao gazes. *Annals of Tourism Research*, 39(2), 735–754. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.08.004>
- ONU. (1987). *World Comission on Environment and Development - Brundtland Report*. <https://doi.org/10.2307/2621529>
- Ooi, N., & Laing, J. H. (2010). Backpacker tourism: sustainable and purposeful? Investigating the overlap between backpacker tourism and volunteer tourism motivations. *Journal of Sustainable Tourism*, 18(2), 191–206. <https://doi.org/10.1080/09669580903395030>
- Oppermann, M. (1995). A model of travel itineraries. *Journal of Travel Research*, 33(4), 57–61. <https://doi.org/10.1177/004728759503300409>
- Oppermann, Martin. (1997). First-time and repeat visitors to New Zealand. *Tourism Management*, 18(3), 177–181. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(96\)00119-7](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(96)00119-7)
- Page, R. D. M. (1996). Tree View: An application to display phylogenetic trees on personal computers. *Bioinformatics*, 12(4), 357–358. <https://doi.org/10.1093/bioinformatics/12.4.357>
- Paris, C. M. (2010a). Backpacker activities and personal values: An SEM approach. *Annals of Leisure Research*, 13(1–2), 239–258. <https://doi.org/10.1080/11745398.2010.9686846>
- Paris, C. M. (2010b). The Virtualization of Backpacker Culture: Virtual Mooring, Sustained Interactions and Enhanced Mobilities. In K. Hannam & A. Diekmann (Eds.), *Beyond Backpacker Tourism, Mobilities and Experiences* (pp. 40–63). Bristol: Channel View Publications.
- Paris, C. M. (2012). FLASHPACKERS: An Emerging Sub-Culture? *Annals of Tourism Research*, 39(2), 1094–1115. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.12.001>
- Paris, C. M., Musa, G., & Thirumoorthi, T. (2014). A comparison between Asian and Australasia *backpackers* using cultural consensus analysis. *Current Issues in Tourism*, 18(2), 175–195. <https://doi.org/10.1080/13683500.2014.920771>

- Paris, C. M., & Teye, V. (2010). Backpacker Motivations: A Travel Career Approach. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 19(3), 244–259. <https://doi.org/10.1080/19368621003591350>
- Pearce, P. (2008). Sustainability research and backpacker studies: intersections and mutual insights. In K. Atelievic & I. Hannam (Eds.), *Backpacker tourism: concepts and profiles* (pp. 38-53.). Clevedon: Channel View Publications. Retrieved from http://researchonline.jcu.edu.au/2968/1/2968_Pearce_2007.pdf
- Pearce, P. L. (2006). Backpacking and Backpackers—A Fresh Look. *Tourism Recreation Research*, 31(3), 5–10. <https://doi.org/10.1080/02508281.2006.11081501>
- Pearce, P. L., & Foster, F. (2007). A “University of Travel”: Backpacker learning. *Tourism Management*, 28(5), 1285–1298. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2006.11.009>
- Pearce, Philip, Murphy, L., & Brymer, E. (2009). *Evolution of the Backpacker Market and the Potential for Australian Tourism* (1st editio). Sustainable Tourism Cooperative Research Centre’s (STCRC’s).
- Peel, V., & Steen, A. (2007). Victims, hooligans and cash-cows: media representations of the international backpacker in Australia. *Tourism Management*, 28(4), 1057–1067. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2006.08.012>
- Pettersson, R., & Zillinger, M. (2011). Time and Space in Event Behaviour: Tracking Visitors by GPS. *Tourism Geographies*, 13(1), 1–20. <https://doi.org/10.1080/14616688.2010.529932>
- Piyaphanee, W., Kittittrakul, C., Lawpoolsri, S., Tangkanakul, W., Sa-Ngiamsak, N., Nasok, P., ... Phumratanaprapin, W. (2014). Incidence and spectrum of health problems among travelers to Laos. *Journal of Travel Medicine*, 21(3), 163–168. <https://doi.org/10.1111/jtm.12107>
- Piyaphanee, W., Wattanagoon, Y., Silachamroon, U., Mansanguan, C., Wichianprasat, P., & Walker, E. (2009). Knowledge, attitudes, and practices among foreign backpackers toward malaria risk in Southeast Asia. *Journal of Travel Medicine*, 16(2), 101–106. <https://doi.org/10.1111/j.1708-8305.2008.00282.x>
- Pizam, A., & Sussmann, S. (1995). Does Nationality Affect Tourist Behavior?, *0160*(95), 901–917.
- Popper, K. (2005). *The Logic of Scientific Discovery*. *Physics Today* (Routledge). London and New York: Routledge, Taylor & Francis Group. <https://doi.org/10.1063/1.3060577>
- Prayag, G., Cohen, S. A., & Yan, H. (2015). Potential Chinese travellers to Western Europe: segmenting motivations and service expectations. *Current Issues in Tourism*, 18(8), 1–19. <https://doi.org/10.1080/13683500.2013.868413>
- Prensky, M. (2001). Digital Natives , Digital Immigrants. Retrieved August 7, 2019, from <https://www.marcprensky.com/writing/Prensky - Digital Natives, Digital Immigrants ->

Part1.pdf

- Quivy, R., & Campenould, L. (1998). *Manual de Investigação em Ciências Sociais* (2.ª Edição). Lisboa: Grávida.
- Raun, J., Ahas, R., & Tiru, M. (2016). Measuring tourism destinations using mobile tracking data. *Tourism Management*, 57, 202–212. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.06.006>
- Redman, C. A., MacLennan, A., Wilson, E., & Walker, E. (2006). Diarrhea and respiratory symptoms among travelers to Asia, Africa, and South and Central America from Scotland. *Journal of Travel Medicine*, 13(4), 203–211. <https://doi.org/10.1111/j.1708-8305.2006.00046.x>
- Reichel, A., Fuchs, G., & Uriely, N. (2007). Perceived Risk and the Non-Institutionalized Tourist Role: The Case of Israeli Student Ex-Backpackers. *Journal of Travel Research*, 46(2), 217–226. <https://doi.org/10.1177/0047287507299580>
- Reichel, A., Fuchs, G., & Uriely, N. (2009). ISRAELI BACKPACKERS. The Role of Destination Choice. *Annals of Tourism Research*, 36(2), 222–246. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2008.11.002>
- Reis, E. (2000). *Estatística Descritiva* (5ª Edição). Lisboa: Edições Sílabo, Lda.
- Richards, G., & Wilson, J. (2004). Drifting towards the global nomad. Retrieved from <http://eprints.uwe.ac.uk/8640/>
- Richards, Greg. (2015). The new global nomads: Youth travel in a globalizing world. *Tourism Recreation Research*, 40(3), 340–352. <https://doi.org/10.1080/02508281.2015.1075724>
- Richards, Greg, & King, B. (2003). Pre-Publication version of Richards, G. and King, B. (2003) International Youth Travel. *Travel and Tourism Analyst*, (6, December).
- Richards, Greg, & Wilson, J. (2004a). *The Global Nomad, Backpacker Travel in Theory and Practice*. (Greg Richards & J. Wilson, Eds.). Clevedon: Channel View Publications.
- Richards, Greg, & Wilson, J. (2004b). The international student travel market: travelstyle, motivations, and activities. *Tourism Review International*, 8(2), 57–67.
- Richards, Greg, & Wilson, J. (2004c). Widening Perspectives in Backpacker Research. In Greg Richards & J. Wilson (Eds.), *The Global Nomad, Backpacker Travel in Theory and Practice* (pp. 253–279). Clevedon: Channel View Publications.
- Riley, P. J. (1988). Road culture of international long-term budget travelers. *Annals of Tourism Research*, 15(3), 313–328. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(88\)90025-4](https://doi.org/10.1016/0160-7383(88)90025-4)
- Ritchie, B. W., & Dickson, T. J. (2007). *ACT Attractions: Direct visitor expenditure and visitation patterns study* (National L). *Direct*. Retrieved from <http://www.crctourism.com.au/BookShop/SearchResult.aspx>

- Rodrigues, C., & Prideaux, B. (2012). Backpacker tourism in the Brazilian Amazon: challenges and opportunities. In *Tourism in Brazil - environment, management and segments* (pp. 123–141). <https://doi.org/10.4324/9780203121801>
- Rogerson, C. M. (2007a). Backpacker Tourism in South Africa: Challenges and Strategic Opportunities. *South African Geographical Journal*, 89(2), 161–171. <https://doi.org/10.1080/03736245.2007.9713886>
- Rogerson, C. M. (2007b). The challenges of developing backpacker tourism in South Africa: an enterprise perspective. *Development Southern Africa*, 24(3), 425–444. <https://doi.org/10.1080/03768350701445533>
- Rogerson, C. M. (2011). Youth Tourism in Africa: Evidence from South Africa. *Tourism Analysis*, 16(2), 105–120. <https://doi.org/10.3727/108354211X13014081270206>
- Ryan, C., & Huimin, G. (2007). Spatial planning, mobilities and culture—Chinese and New Zealand student preferences for Californian travel. *International Journal of Tourism Research*, 9, 189–203. <https://doi.org/10.1002/jtr.601>
- Ryan, C., & Mohsin, A. (2001). Backpackers: Attitudes to the “Outback.” *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 10(1), 69–92. https://doi.org/10.1300/J073v10n01_05
- Santos, M., & Bateira, C. (2018). *Suporte Biofísico e Ambiente. Caraterização Biofísica: Relatório de Caraterização e Diagnóstico*. Porto. Retrieved from http://www.cm-porto.pt/assets/misc/img/PDM/ECD/21_PDMP_ECD_Caract_Biofisica.pdf
- Scheyvens, R. (2002). Backpacker tourism and Third World development. *Annals of Tourism Research*, 29(1), 144–164. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(01\)00030-5](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(01)00030-5)
- Shaw, S. (2010). Time Geography: Its Past , Present , and Future. In *American Association of Geographers (AAG) Annual Meeting 2010* (p. 29p). Washington. Retrieved from <http://web.utk.edu/~sshaw/Personal Homepage/research.htm>
- Shoval, N. (2008). Tracking technologies and urban analysis. *Cities*, 25(1), 21–28. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2007.07.005>
- Shoval, N., & Ahas, R. (2016). The Use of Tracking Technologies in Tourism Research : A Review of the First Decade. *Tourism Geographies*. <https://doi.org/10.1080/14616688.2016.1214977>
- Shoval, N., & Isaacson, M. (2007a). Sequence alignment as a method for human activity analysis in space and time. *Annals of the Association of American Geographers*, 97(2), 282–297. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8306.2007.00536.x>
- Shoval, N., & Isaacson, M. (2007b). Tracking tourists in the digital age. *Annals of Tourism Research*, 34(1), 141–159. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2006.07.007>
- Shoval, N., Isaacson, M., & Birenboim, A. (2009). Monitoring impacts of visitors with aggregative

- GPS data. *CEUR Workshop Proceedings*, 541, 33–46.
- Shoval, N., McKercher, B., Birenboim, A., & Ng, E. (2015). The application of a sequence alignment method to the creation of typologies of tourist activity in time and space. *Environment and Planning B: Planning and Design*, 42(1), 76–94. <https://doi.org/10.1068/b38065>
- Shoval, N., McKercher, B., Ng, E., & Birenboim, A. (2011). Hotel location and tourist activity in cities. *Annals of Tourism Research*, 38(4), 1594–1612. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.02.007>
- Shoval, N., & Raveh, A. (2004). Categorization of tourist attractions and the modeling of tourist cities: based on the co-plot method of multivariate analysis. *Tourism Management*, 25(6), 741–750. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2003.09.005>
- Shoval, N., Schvimer, Y., & Tamir, M. (2018). Real-Time Measurement of Tourists' Objective and Subjective Emotions in Time and Space. *Journal of Travel Research*, 57(1), 3–16. <https://doi.org/10.1177/0047287517691155>
- Shulman, S., Blatt, S. J., & Walsh, S. (2006). The Extended Journey and Transition to Adulthood: The Case of Israeli Backpackers. *Journal of Youth Studies*, 9(2), 231–246. <https://doi.org/10.1080/13676260600635672>
- Signoretti, A., & Martins, M. R. (2017). Tracking tourists in a gamification Process: a theoretical approach. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 1(27/28), 1325–1339. Retrieved from <http://revistas.ua.pt/index.php/rtd/article/view/7152>
- Silva, M. L. (2015). *Os Resultados do Turismo, Ficha Técnica*. Retrieved from <http://www.turismodeportugal.pt/Português/ProTurismo/estatísticas/análisesestatísticas/osresultadosdoturismo/Anexos/1.º Trim 2014 - Os resultados do Turismo.pdf>
- Smallwood, C. B., Beckley, L. E., & Moore, S. A. (2012). An analysis of visitor movement patterns using travel networks in a large marine park, north-western Australia. *Tourism Management*, 33(3), 517–528. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2011.06.001>
- Sørensen, A. (2003). Backpacker ethnography. *Annals of Tourism Research*, 30(4), 847–867. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(03\)00063-X](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(03)00063-X)
- Stamberger, L., van Riper, C. J., Keller, R., Brownlee, M., & Rose, J. (2018). A GPS tracking study of recreationists in an Alaskan protected area. *Applied Geography*, 93(March), 92–102. <https://doi.org/10.1016/j.apgeog.2018.02.011>
- Steingard, D. S., & Fitzgibbons, D. E. (1995). Challenging the juggernaut of globalization: a manifesto for academic praxis. *Journal of Organizational Change Management: No 4, Vol.8*, 30–54. Retrieved from <http://www.emeraldinsight.com/doi/pdfplus/10.1108/09534819510090204>

- Sun, D., & Walsh, D. (1998). Review of studies on environmental impacts of recreation and tourism in Australia. *Journal of Environmental Management*, 53, 323–338. <https://doi.org/10.1006/jema.1998.0200>
- Sun, X., Wang, P., Lepp, A., & Robertson, L. (2014). Symbolic Consumption and Brand Choice: China's Youth Hostels for the International Travel Market. *Journal of China Tourism Research*, 10(1), 51–68. <https://doi.org/10.1080/19388160.2013.870950>
- Svensson, B., Pettersson, R., & Zakrisson, I. (2011). Tracking tourists: Mobility, experiences and the supply-demand gap in a Swedish mountain resort. *Journal of Tourism Consumption and Practice*, 3(2), 1–19. Retrieved from <http://www.diva-portal.org/smash/record.jsf?pid=diva2:461199>
- Tchetchink, A., Fleischer, A., & Shoval, N. (2009). Segmentation of Visitors to a Heritage Site Using High-resolution Time-space Data. *Journal of Travel Medicine*, 48(2), 216–229.
- Teo, P., & Leong, S. (2006). A postcolonial analysis of backpacking. *Annals of Tourism Research*, 33(1), 109–131. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2005.05.001>
- The Future Laboratory. (2004). *Spirit of Adventure: A Future Laboratory Insight. Report for Standard Life Bank*. Report for Standard Life Bank.
- Thimm, T., & Seepold, R. (2016). Past, present and future of tourist tracking. *Journal of Tourism Futures*, 2(1), 43–55. <https://doi.org/10.1108/JTF-10-2015-0045>
- Thompson-Maaloum, J., & Wilson, C. (2005). CLUSTALG Multiple Sequence Alignment Program: A Hand Worked Example. Retrieved from http://www.smu.ca/partners/iatur/clustalG/ClustalG1_4/
- Thrift, N. (1977). An introduction to time geography. *Concepts and Techniques in Modern Geography*, 13, 1–37. Retrieved from <https://alexsingleton.files.wordpress.com/2014/09/13-time-geography.pdf>
- Tideswell, C., & Faulkner, B. (1999). Multidestination Travel Patterns of International Visitors to Queensland. *Journal of Travel Research*, 37(May 1999), 364–374. <https://doi.org/10.1177/004728759903700406>
- Tiru, M. . b, Kuusik, A. ., Lamp, M.-L. . b, & Ahas, R. . (2010). LBS in marketing and tourism management: Measuring destination loyalty with mobile positioning data. *Journal of Location Based Services*, 4(2), 120–140. <https://doi.org/10.1080/17489725.2010.508752>
- Toha, M. A. B. M., & Ismail, H. N. (2015). A Heritage Tourism and Tourist Flow Pattern : A Perspective on Traditional versus Modern Technologies in Tracking the Tourists. *International Journal of Built Environment and Sustainability*, 2(2), 85–92.
- Tourism Research and Marketing. (2013). *New horizons III, Executive Summary*. Amsterdam. Retrieved from <https://www.wysetc.org/wp-content/uploads/2014/11/newhorizonsiii-v7->

execsummary-v4s.pdf

Tourism Research Australia. (2009). Backpacker accommodation in Australia 2009. Retrieved from http://www.tra.gov.au/documents/Snapshots_2009_Backpacker_FINAL.pdf

Tourism Victoria. (2009). *Backpacker Tourism Action Plan 2009-2013*. MELBOURNE, VICTORIA. Retrieved from <http://www.tourism.vic.gov.au/images/stories/Documents/StrategiesandPlans/Backpacker-Tourism-Action-Plan-2009.pdf>

Tribe, J. (1997). The indiscipline of tourism. *Annals of Tourism Research*, 24(3), 638–657. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(97\)00020-0](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(97)00020-0)

Tribe, J. (2001). Research Paradigms and the Tourism Curriculum. *Journal of Travel Research*, 39(May 2001), 442–448.

Turismo do Porto e Norte de Portugal. (2015). *Estratégia de Marketing Turístico do Porto e Norte de Portugal*.

Turton, S. M. (2005). Managing Environmental Impacts of Recreation and Tourism in Rainforests of the Wet Tropics of Queensland World Heritage Area, 43(June), 140–151.

Tussyadiah, I. P., & Zach, F. J. (2012). The role of geo-based technology in place experiences. *Annals of Tourism Research*, 39(2), 780–800. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.10.003>

Tylor, E. (1903). *Primitive Culture, Researches into the Development of Mythology, Philosophy, Religion, Language, Art, and Custom*. *The British Journal of Psychiatry* (4th Editio, Vol. I). London. <https://doi.org/10.1192/bjp.112.483.211-a>

United Nations. (2015). *World Urbanization Prospects: The 2014 Revision. Demographic Research*. New York. [https://doi.org/\(ST/ESA/SER.A/366\)](https://doi.org/(ST/ESA/SER.A/366))

United Nations. (2016). The World's Cities in 2016 – Data Booklet (ST/ESA/ SER.A/392). *The World's Cities in 2016*. Department of Economic and Social Affairs - Population Division. Retrieved from http://www.un.org/en/development/desa/population/publications/pdf/urbanization/the_world_s_cities_in_2016_data_booklet.pdf

UNWTO. (2002). *The British ecotourism market*. *World Tourism Organisation*. Retrieved from <http://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284404865>

UNWTO. (2007). *UNWTO Metadata project: Common Glossary (V 1.0)*. Madrid. Retrieved from <http://statistics.unwto.org/sites/all/files/docpdf/glossary.pdf>

UNWTO. (2015). *Tourism and the Sustainable Development Goals*. Madrid: World Tourism Organization (UNWTO). <https://doi.org/doi/book/10.18111/9789284417254>

UNWTO. (2016). *Global Report on The Power of Youth Travel. Affiliate Members Global Report*

- *The power of Youth Travel* (Vol. 13). Madrid.
- UNWTO. (2018). 2018 Edition UNWTO Tourism Highlights - International Tourism Trends 2017, 1–20.
- UNWTO, & WYSE Travel Confederation. (2010). *The power of youth travel*.
- Uriely, N., Yonay, Y., & Simchai, D. (2002). Backpacking experiences. *Annals of Tourism Research*. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(01\)00075-5](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(01)00075-5)
- van der Knaap, W. G. M. (1999). Research report: GIS-oriented analysis of tourist time-space patterns to support sustainable tourism development. *Tourism Geographies*, 1(1), 56–69. <https://doi.org/10.1080/14616689908721294>
- Versichele, M., de Groote, L., Claeys Bouuaert, M., Neutens, T., Moerman, I., & Van de Weghe, N. (2014). Pattern mining in tourist attraction visits through association rule learning on Bluetooth tracking data: A case study of Ghent, Belgium. *Tourism Management*, 44, 67–81. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.02.009>
- Versichele, M., Neutens, T., Delafontaine, M., & Van de Weghe, N. (2012). The use of Bluetooth for analysing spatiotemporal dynamics of human movement at mass events: A case study of the Ghent Festivities. *Applied Geography*, 32(2), 208–220. <https://doi.org/10.1016/j.apgeog.2011.05.011>
- Visser, G. (2004). The developmental impacts of backpacker tourism in South Africa. *GeoJournal*, 60(3), 283–299. <https://doi.org/10.1023/B:GEJO.0000034735.26184.ae>
- Vogt, J. W. (1976). Wandering: Youth and travel behavior. *Annals of Tourism Research*, 4(1), 25–41. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(76\)90051-7](https://doi.org/10.1016/0160-7383(76)90051-7)
- Volante, P. J. T. (2011). *O Segmento Low-Cost Da Indústria Hoteleira Em Portugal : O Caso Dos Hostels*. Instituto Universitário de Lisboa.
- Weaver, D. (2011). Can sustainable tourism survive climate change? *Journal of Sustainable Tourism*, 19(1), 5–15. <https://doi.org/10.1080/09669582.2010.536242>
- Westerhausen, K., & Macbeth, J. (2003). Backpackers and empowered local communities: natural allies in the struggle for sustainability and local control? *Tourism Geographies*, 1(September 2013), 37–41. <https://doi.org/10.1080/1461668032000034088>
- Wilson, C. (2008). Activity patterns in space and time: Calculating representative Hagerstrand trajectories. *Transportation*, 35(4), 485–499. <https://doi.org/10.1007/s11116-008-9162-z>
- Wilson, C. (2016). Notes on ClustalTXY and ClustalG: A sequence alignment software package for application in social and natural sciences., (June).
- Wilson, C., Harvey, A., & Thompson, J. (1999). ClustalG: Software for Analysis of Activities and Sequential Events. *Workshop on Longitudinal Research in Social Science: A Canadian*

- Focus*, (October 25-27), 1–18. Retrieved from <http://sociology.uwo.ca/longitudinal/wilson.pdf>
- Wilson, J., & Richards, G. (2008). Suspending Reality: An Exploration of Enclaves and the Backpacker Experience. *Current Issues in Tourism*, 11(2), 187–202. <https://doi.org/10.2167/cit371.0>
- Wilson, W. (1998). Activity pattern analysis by means of sequence-alignment methods. *Environment and Planning A*, 30(6), 1017–1038. Retrieved from <http://www.envplan.com/epa/fulltext/a30/a301017.pdf>
- World Bank. (2014). *World development indicators 2014*. Retrieved from (last. Retrieved from <http://data.worldbank.org/products/wdi>
- World Economic Forum. (2013). *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2013*. (J. Blanke & T. Chiesa, Eds.). Geneva.
- World Tourism Organization. (2016). *Affiliate Members Global Reports, Volume thirteen - The Power of Youth Travel*. Madrid.
- Wu, J., Shen, J., Hou, Y., & Wen, Y. (2016). Environmental and management issues associated with backpacker tourism in mountainous protected areas, China. *Eco.Mont*, 8(1), 21–28. <https://doi.org/10.1177/1468797613498162>
- Wunder, S. (2000). *Big island, green forests and Backpackers, Land-use and development options on Ilha Grande, Rio de Janeiro State, Brazil*. CDR Working Papers 00.4.
- Xia, C. (2007). *MODELLING THE SPATIAL-TEMPORAL MOVEMENT OF TOURISTS*. (S. O. M. A. G. SCIENCES, Ed.). RMIT UNIVERSITY, MELBOURNE, VICTORIA. Retrieved from <https://researchbank.rmit.edu.au/view/rmit:6320>
- Xia, C., Evans, F. H., Spilsbury, K., Ciesielski, V., Arrowsmith, C., & Wright, G. (2010). Market segments based on the dominant movement patterns of tourists. *Tourism Management*, 31(4), 464–469. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.04.013>
- Xia, C., Zeepongsekul, P., & Packer, D. (2011). Spatial and temporal modelling of tourist movements using Semi-Markov processes. *Tourism Management*, 32(4), 844–851. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2010.07.009>
- Xia, J., & Arrowsmith, C. (2005). Managing scale issues in spatio-temporal movement of tourists modelling. *Proceedings of the International Congress on Modelling and Simulation, MODSIM*, 162–169. Retrieved from <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.113.1118&rep=rep1&type=pdf>
- Xia, J., Packer, D., & Dong, C. (2009). Individual differences and tourist wayfinding behaviours. In *18th World IMACS Congress and MODSIM09 International Congress on Modelling and*

- Simulation: Interfacing Modelling and Simulation with Mathematical and Computational Sciences, Proceedings* (pp. 1272–1278). Cairns. Retrieved from <http://www.scopus.com/inward/record.url?eid=2-s2.0-80052986969&partnerID=tZOtx3y1>
- Xiao-Ting, H., & Bi-Hu, W. (2012). Intra-attraction Tourist Spatial-Temporal Behaviour Patterns. *Tourism Geographies*, 14(4), 625–645. <https://doi.org/10.1080/14616688.2012.647322>
- Xing-zhu, Y., & Qun, W. (2014). Exploratory Space – time Analysis of Inbound Tourism Flows to China Cities, 312(March 2013), 303–312. <https://doi.org/10.1002/jtr>
- Yasin, B., & Baghirov, F. (2017). The role of travel experience and gender on travel information source selection. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 8(2), 296–310. <https://doi.org/10.1108/JHTT-01-2017-0002>
- Yokoyama, S. (2007). Formation of a Rural Backpacker Enclave in a Developing Country: Case Study of Vang Vieng, Laos. *Geographical Review of Japan*, 80(11), 591–613. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Yuan, Y., & Ping, Y. (2015). The Research of Tourists ' Space-time Behavior in Beijing Dashilaner.
- Yun, H. J., Kang, D. J., & Lee, M. J. (MJ). (2018). Spatiotemporal distribution of urban walking tourists by season using GPS-based smartphone application. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 23(11), 1047–1061. <https://doi.org/10.1080/10941665.2018.1513949>
- Yun, H. J., & Park, M. H. (2014). Time–Space Movement of Festival Visitors in Rural Areas Using a Smart Phone Application. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 1–20. <https://doi.org/10.1080/10941665.2014.976581>
- Zakrisson, I., & Zillinger, M. (2012). Emotions in motion: tourist experiences in time and space. *Current Issues in Tourism*, 15(6), 505–523. <https://doi.org/10.1080/13683500.2011.615391>
- Zhao, X., Lu, X., Liu, Y., Lin, J., & An, J. (2018). Tourist movement patterns understanding from the perspective of travel party size using mobile tracking data: A case study of Xi ' an , China. *Tourism Management*, 69(February), 368–383. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.06.026>
- Zillinger, M. (2005). *A spatial approach on tourists' travel routes in Sweden. Östersund*. Retrieved from <http://www.miun.se/upload/Etour/Publikationer/Working Paper serien/WP20053.pdf>
- Zillinger, M. (2007). Tourist Routes: A Time-Geographical Approach on German Car-Tourists in Sweden. *Tourism Geographies*, 9(1), 64–83. <https://doi.org/10.1080/14616680601092915>
- Zoltan, J., & McKercher, B. (2014). Analysing intra-destination movements and activity participation of tourists through destination card consumption. *Tourism Geographies*, 17(1), 19–35. <https://doi.org/10.1080/14616688.2014.927523>

**APÊNDICE 1. Matriz síntese sobre os principais temas
e tópicos de análise sobre *backpackers* e turismo
*backpacker***

Quadro I. Matriz síntese sobre os principais temas e tópicos de análise sobre *backpackers* e turismo *backpacker*.

Temas e Sub-temas	Breve descrição	Autore(s)/ano	Metodologias/Técnicas	Área de estudo
Sub-segmentos do Turismo <i>backpacker</i>	Investiga o interesse dos turistas <i>backpacker</i> no turismo voluntário/solidário (<i>Voluntourism</i>).	Ooi & Laing (2010)	Questionários (n=249)	Austrália (Melbourne)
	Analisa os fatores de motivação associados à experiência de trabalhar durante o período de férias. Um grande número de <i>backpackers</i> é "holiday-maker";	Ho, Lin, & Huang (2012)	Entrevistas (n=60)	Austrália e Nova Zelândia
	Investiga o surgimento/crescimento e potenciais divergências da subcultura <i>flashpacker</i> em relação à cultura <i>backpacker</i> .	(Paris, 2012)	Questionários	Austrália
	Explora o papel do trabalho na experiência de turistas-trabalhadores através de um estudo dos Working Holiday Makers (WHMs). Relação entre trabalho e lazer.	Jarvis & Peel (2013)	Método misto Inquéritos (n=171; n=214) Entrevistas (n=3) Conversas informais com WHMs	Austrália (Mildura, Victoria).
	Estuda os meios de transporte usados por <i>backpackers</i> e <i>flashpackers</i> . Ambos os grupos valorizam a mobilidade ao longo das suas viagens e a utilização de automóveis por parte dos <i>flashpackers</i> permite-lhes combinar autonomia e movimentos auto dirigidos.	Butler & Hannam (2014)	Entrevistas (n=43; dos quais, 26 <i>backpackers</i> e 17 <i>flashpackers</i>)	Noruega
Faz uma revisão das principais tendências em termos de investigação do turismo jovem, nos últimos 40 anos, com o objetivo de traçar as origens das ideias ligadas ao nomadismo entre os mais jovens e os seus estilos nómadas de viajar, identificando como as principais e atuais tendências: <i>Backpackers</i> , <i>Flashpackers</i> e <i>Global Nomads</i> .	Richards (2015)	Questionário (n=34000) distribuído por email ("The New Horizons Research Programme")	140 países	
Percepção ao risco	A percepção ao risco da experiência <i>backpacker</i> é um fenómeno multidimensional que inclui fatores de risco semelhantes aos mencionados na literatura sobre os comportamentos e risco percebido dos turistas.	Reichel <i>et al.</i> , (2007)	Questionário a estudantes universitários israelitas (n=579); entrevistas semi-estruturadas (n=12)	Israel
	Identifica as várias dimensões da percepção ao risco da experiência <i>backpacking</i> e compara as atitudes e atividades desenvolvidas por <i>backpackers</i> israelitas que visitam a América do Sul com os que visitam o Sudeste asiático.	Reichel <i>et al.</i> , (2009)	Questionário a <i>Backpackers</i> israelitas (n=579)	América do Sul e Sudeste Asiático (<i>Backpackers</i> israelitas)
Hostels	Analisa as características dos <i>backpackers</i> que se alojam em <i>hostels</i> e as suas preferências em relação aos serviços prestados.	Hecht & Martin (2006)	Entrevistas (n=20); e questionário (n=385) a <i>backpackers</i> .	Canadá (Toronto)
	Investigação sobre os níveis de satisfação dos clientes no setor dos alojamentos de baixo custo.	(Nash <i>et al.</i> , 2006)	Questionários (n=309) e entrevistas (n=22)	Escócia
	Apresenta os desafios que os proprietários de <i>hostels</i> têm de enfrentar sob uma perspetiva empresarial. São identificadas e discutidas várias barreiras à competitividade.	Rogerson (2007b)	Entrevistas a proprietários de <i>Hostels</i> (n=80)	África do Sul
	Analisa a importância da qualidade do serviço prestado pelos <i>hostels</i> .	Musa & Thirumoorthi (2011)	Comentários dos hóspedes em website (n=192); entrevistas (n=18)	Malásia

	Estudaram a importâncias das diferentes características da experiência global dos hóspedes de <i>hostels</i> , concluindo que varia de acordo com a idade, sexo e nacionalidade dos mesmos.	Oliveira-Brochado & Gameiro (2013)	Questionário (n=333); entrevistas e Análise de conteúdo de websites de reserva de <i>hostels</i> .	Portugal (Lisboa)
	A partir de brochuras de <i>hostels</i> chineses, é estudada a percepção que os estudantes universitários americanos têm dos mesmos e a sua intenção de os utilizar. A congruência da imagem e da personalidade da marca correlacionam-se positivamente com a intenção de escolher um <i>hostel</i> .	Sun, Wang, Lepp, & Robertson (2014)	Brochuras de <i>hostels</i> chineses	China
	Estuda a relação entre segurança, limpeza e localização quando os <i>backpackers</i> escolhem <i>hostels</i> tendo em conta a WOM eletrónica.	Amblee (2015)	Software de <i>scraping</i> (raspagem) de dados no sítio Hostelworld.com (n=593 <i>hostels</i>)	Austrália, Coreia do Sul, Tailândia, Cambodja, Hong Kong e Reino Unido
	Foram analisadas os principais atributos que influenciam a percepção dos turistas alojados em <i>hostels</i> em relação às atrações do destino.	Mikulic, Kresic, Milicevic, Seric, & Curkovic (2016)	Questionário (n=679)	Croácia (Zagreb)
	Analisa a qualidade dos serviços prestados pelo premiado <i>hostel</i> Tattva Design <i>Hostel</i> , através das avaliações on-line dos clientes (OCRs) realizadas na plataforma de reserva Booking.com. com o objetivo de identificar os fatores de satisfação dos hóspedes mais importantes neste tipo de alojamento.	Martins, Rachão, & Costa (2018)	Análise qualitativa com <i>software</i> NVIVO. Foram analisadas avaliações on-line de 976 clientes de todo o mundo (um ano de atividade)	Porto (Portugal)
Surgimento e desenvolvimento de enclaves e transmissão cultural entre backpackers e comunidades locais	Dando ênfase à economia cultural, discute os impactes económico-culturais decorrentes do surgimento de um novo enclave que capta turistas <i>backpacker</i> devido à produção e marketing da <i>worldmusic</i> e da cultura aborígene local.	Gibson & Connell (2003)	Entrevistas	Austrália, (Byron Bay)
Motivações	Estuda os padrões de viagem dos <i>backpackers</i> que visitam o norte da Austrália, verificando se há motivações específicas.	Mohsin & Ryan (2003)	Questionário (n=475)	Austrália (norte)
	Examinar a relação entre a experiência de viagens realizadas e motivações e verifica se as motivações mudam como consequência da experiência de viagem.	(Paris & Teye, 2010)	Questionário on-line (n=359)	22 regiões do mundo e 30 países (as nacionalidades mais representadas são os EUA, Canadá, Reino Unido e Austrália)
	Explora a relação existente entre os valores pessoais dos <i>backpackers</i> e as atividades em que participam, confirmando a existência de uma relação causal.	Paris (2010)	Questionário on-line (n=367)	30 países (as nacionalidades mais representadas são os EUA, Canadá, Reino Unido e Austrália)
	Analisa e classifica as motivações de viagem dos <i>backpackers</i> chineses.	Chen <i>et al.</i> ,(2014)	Entrevistas, análise de conteúdo e questionário (n=421)	China

Diferenças entre backpackers e outros viajantes/Ritual de passagem à vida adulta/Gap entre ideologia e a prática do backpacking	Discute a origem do turismo <i>backpacker</i> e propõe uma definição atual. Fornece informações sobre as suas características e distingue os <i>backpackers</i> dos restantes viajantes.	Loker-Murphy & Pearce (1995)	Questionário (n=690)	Austrália
	- Questiona a noção de <i>backpacking</i> enquanto categoria distinta e homogénea fornecendo evidência empírica para a existência de várias formas de <i>backpackers</i> .	Urieli <i>et al.</i> ,(2002)	Entrevistas (n=38)	Israel (<i>backpackers</i> que visitaram o sul e oriente da Ásia, América latina, África, entre outros)
	Analisa os estímulos culturais e socioeconómicos em viajar ao estilo <i>backpacker</i> e como ocorreram as transformações nas perceções de <i>backpacking</i> .	O'Reilly (2006)	Entrevistas durante a viagem (n=30); entrevistas a <i>backpackers</i> que regressaram a Inglaterra (n=20); sítios de Internet sobre <i>backpacker</i> ; Observação participada.	Sudeste e sudoeste de África, Índia, Sudeste asiático, América Central, Austrália e Nova Zelândia
	Compara os turistas <i>backpacker</i> com outros turistas em relação à motivação, ao risco e preocupações e à sua própria identidade enquanto turistas.	Larsen, Øgaard, & Brun (2011)	Questionário a turistas (n=1880), dos quais, 211 são <i>budget travelers</i>)	Noruega
Impacte ambiental e sustentabilidade e dos backpackers nos destinos	Analisa as diferenças da subcultura <i>backpacker</i> entre dois grupos de viajantes: Australásia e Ásia, identificando os valores partilhados e as diferenças.	Paris, Musa, & Thirumoorthi (2014)	Questionário autoadministrado (n=256)	Tailândia (Bangkok e Hrabí Province) e Malásia (Kuala Lumpur)
	Analisa os padrões de viagem, o consumo total de energia e os gastos diários de energia de um conjunto de turistas internacionais agregando-os em <i>clusters</i> .	Becken <i>et al.</i> , (2003)	Questionário (n=453)	Nova Zelândia
	Analisa a visão que a imprensa australiana (1990-2005) tem do turismo <i>backpacker</i> enquanto segmento economicamente benéfico.	Peel & Steen, (2007)	Análise de conteúdo (imprensa australiana)	Austrália
	Analisa os impactos positivos e negativos de vários segmentos de turistas (<i>Archetypal Tourists, grey nomads, green nomads, backpackers, temporary workers and Amenity migrants</i>) em três destinos australianos.	Moscardo <i>et al.</i> , (2013)	Entrevistas semiestruturadas (n=25).	Austrália
Diferenças decorrentes da nacionalidade/ questões nacionais distintas na promoção do	Analisa as rotinas diárias dos <i>backpackers</i> com o intuito de avaliar a sustentabilidade (ambiental, económica e social).	laquinto (2015)	Entrevistas semi-estruturadas (n=74); observação participada (2 meses); questionários (n=155) e análise de conteúdo (n=122)	Austrália
	Analisa os desafios ambientais bem como a gestão ambiental relacionada com os viajantes numa área protegida.	Wu, Shen, Hou, & Wen, (2016)	Questionários a <i>short term backpackers</i> (n=222) e entrevistas semiestruturadas (n=30) a gestores da área protegida.	China (Mt Taibai in the Qinling Mountains)
	Determina se os turistas coreanos tendem a ascender na <i>Travel Carrer Ladder</i> (TCL) à medida que vão ficando mais velhos e mais experientes. Investiga se motivações diferentes influenciam a escolha de um destino.	Kim, Pearce, Morrison, & O'Leary (1996)	Entrevistas a coreanos com 18 ou mais anos de idade (n=1200)	Coreia do Sul
Explora as narrativas de viagem de <i>backpackers</i> israelitas, estudando o contexto sociocultural da cultura israelita contemporânea onde as narrativas de auto mudança constroem uma noção coletiva de identidade.	Noy (2004)	Entrevistas (n=40)	Israel (<i>Backpackers</i> que visitaram a América do Sul e a Ásia)	

turismo backpacker	Faz uma abordagem pós-colonial ao turismo <i>backpacker</i> , descentralizando-o e dando-lhe um foco mais oriental.	Teo & Leong (2006)	Questionários em sítios de internet; entrevistas e observação participada	Tailândia
	Analisa as motivações dos <i>backpackers</i> israelitas e os seus padrões de viagem, relacionando alguns aspetos da sociedade israelita com o comportamento dos <i>backpackers</i> nacionais.	Maoz (2007)	Observação participada, notas de campo, entrevistas aprofundadas (n=25), dúzias de conversas informais	Índia (trabalho de campo)
	Compara o modo como o encontro com uma nova cultura (indiana) é apresentada e descrita por <i>backpackers bloggers</i> de países diferentes (israelitas e dinamarqueses).	Enoch & Grossman (2010)	Análise interpretativa de blogs/diários <i>online</i>	Israel e Dinamarca (<i>backpackers</i> que visitaram a Índia)
	Dá a conhecer o turismo <i>backpacker</i> na China onde os seus habitantes não podem viajar livremente e enfrentam restrições por parte de outros países. Os <i>backpacker</i> pós Mao apropriam-se de espaços pós-coloniais, como Macau em contradição aos ideais da juventude chinesa.	Ong & du Cros (2012)	Trabalho de natureza etnográfica e virtual (ambiente online de fóruns e blogs)	China (Macau)
	Descreve as diferenças entre <i>backpackers</i> e turistas em massa e a natureza das viagens <i>backpacker</i> , nomeadamente, as motivações dos <i>backpackers</i> japoneses, polacos, alemães e israelitas.	Brzózka, M. (2012)	Questionário (n=378)	Europa
	Fornece insights sobre o desenvolvimento do turismo <i>backpacker</i> na China e sobre os <i>backpackers</i> chineses no Tibete.	Chen & Weiler (2014)	Fóruns de internet utilizados pelos <i>backpackers</i> chineses (etnografia com recurso à internet)	China (Tibete)
Fontes e fluxos de informação e o papel dos <i>media</i> e guias de viagem destinados a <i>backpackers</i>	Investiga a natureza da interação entre <i>backpackers</i> e tenta compreender melhor as suas redes informais de disseminação da informação.	Murphy (2001)	Entrevistas (n=59)	Austrália
	Estuda as fontes de informação a partir das quais a imagem de marca de destino evolui, fornecendo sugestões que têm o potencial de melhorar as estratégias de desenvolvimento do turismo. O WoM e informação independente autónoma (<i>Lonely planet guide</i>) têm um papel chave na formação da imagem do destino <i>Byron Bay</i> .	Hanlan & Kelly (2005)	Entrevistas e questionários (n=21)	Austrália (Byron Bay)
	Visa compreender como a nacionalidade e o sexo influenciam o comportamento de turistas independentes (japoneses, chineses e norte-americanos) na pesquisa de informação.	Lu & Chen (2014)	Entrevistas cara a cara (n=5506), dos quais, 1289 são turistas independentes dos países em estudo).	Taiwan
Estudos de natureza etnográfica	Como é que as narrativas construídas acerca do risco e aventura são cultural e socialmente manifestadas por <i>backpackers</i> .	Elsrud (2001)	Entrevistas (n=35)	Suécia (<i>backpackers</i> que regressaram de viagem da América do Sul e central e do sudeste asiático)
	Características demográficas e sociais dos turistas <i>backpacker</i> ; Turismo <i>backpacker</i> apresentado como um fenómeno cultural.	Sørensen (2003)	Trabalho de campo; entrevistas semi-estruturadas (n=134) e discussões semi-formais (n=22); centenas de entrevistas semi-formais e informais.	Várias regiões do mundo (exceto América do Sul e Austrália)
	Explora as práticas, ideologias e identidade social dos <i>lifestyle travellers</i> , mostrando como a mobilidade física pode afetar e desafiar as formas como nós experienciamos lugares, outras pessoas e nós mesmos ao longo do tempo. A	Cohen (2011)	Entrevistas (n=25)	Índia e Tailândia

	comunidade <i>backpacker</i> pode servir de grupo de referência para influenciar as escolhas, atitudes e crenças de outros viajantes.			
O papel da internet e a sua influência	Investiga a relação entre anúncios de internet sobre alojamentos para <i>backpackers</i> de eco-turismo e a experiência de práticas ecológicas nesses mesmos <i>hostels</i> .	Bell (2008)	Entrevistas	Nova Zelândia
	Explora a forma como o fluxo das experiências plasmadas em fóruns de internet sobre <i>backpackers</i> afetam o comportamento e a participação dos utilizadores.	Ku (2011)	Questionário eletrónico (n=435)	Taiwan
Mobilidade, itinerários e rotas	Investiga como as mobilidades dos <i>backpackers</i> e dos trabalhadores sazonais são determinadas, articuladas e como refletem as identidades dos atores envolvidos.	Gogia (2006)	N/d	Canadá (emigrantes temporários mexicanos e <i>backpackers</i> canadianos)
	- Explora as complexas mobilidades dos atuais <i>backpackers</i> em Sidney, enquanto fenómeno complexo decorrente da mistura de experiências relativas ao trabalho, férias e residência, em contínua mudança.	Allon <i>et al.</i> (2008)	Entrevistas e questionários	Austrália (Sidney)
	Explora o comportamento espaciotemporal dos <i>backpackers</i> utilizando percursos georreferenciados obtidos através de GPS. Concluem que a maioria dos <i>backpackers</i> viajou ao sábado, na primavera e que normalmente iniciam as suas viagens entre as 8 e as 10 horas da manhã, terminando-a entre as 3 e as 5 horas da tarde. A maioria dos <i>backpackers</i> gosta de visitar as antigas aldeias.	Huang & Xia (2016)	Utilizam 1708 percursos georreferenciados, descarregados pelos turistas em sítios de internet chineses. Na análise dos dados foi utilizado <i>software</i> ArcGIS 10.0, <i>Social statistics software</i> 15.0 and <i>Microsoft Excel</i> .	Beijing (China)
Despesa, tipos de despesas e seus determinantes	Investiga os determinantes da despesa agregada dos turistas <i>backpackers</i> bem como os seus gastos em bens, incluindo alojamento, comida, bebida e atrações.	Dayour, Adongo, & Taale (2016)	Questionário (n=650)	Gana
Relevância económica e social/ alívio da pobreza	Compara o segmento <i>backpacker</i> com o turismo convencional, discutindo, entre outros, a fuga de capitais.	Hampton (1998)	Entrevistas informais semi-estruturadas (n=33)	Ilha de Gili Trawangan (Lombok), Indonésia Oriental
	Descreve o crescimento do turismo <i>backpacker</i> numa pequena ilha brasileira e a sua relevância económica, nomeadamente no aumento dos rendimentos da população local.	Wunder (2000)	Questionários (n=74)	Brasil (Aventureiro, Ilha Grande)
	O fornecimento de bens e serviços a <i>backpackers</i> pode promover o desenvolvimento local	Scheyvens (2002)	Revisão da literatura, trabalho de campo e experiência de <i>backpacker</i> da autora	Países em desenvolvimento
	Analisa este segmento turístico enquanto ferramenta para aliviar a pobreza entre as comunidades mais marginalizadas.	Hampton (2003)	Trabalho de campo; entrevistas semi-estruturadas aos stakeholders locais (n=25)	Indonésia (Yogyakarta, ilha de Java)
	Avalia a sustentabilidade de diferentes segmentos de turistas através da utilização do conceito de "yield" e do desenvolvimento de indicadores que avaliam a sustentabilidade financeira, ambiental e do setor público.	Becken & Simmons (2008)	Entrevistas a turistas (n=5342)	Nova Zelândia.

	A expansão do turismo jovem (<i>backpacker</i> e turismo voluntário) promove oportunidades para o desenvolvimento de um turismo mais responsável e aliviador da pobreza.	Rogerson(2011)	Revisão da literatura	África do Sul
	Discute se as consequências económicas, ambientais e sociais do turismo de mergulho beneficiam as comunidades anfitriãs nos países em desenvolvimento.	Daldeniz & Hampton (2013)	Entrevistas semiestruturadas (n=173) a profissionais de mergulho, membros da comunidade, ONG'S e população local.	Malásia
	Apresenta e discute a contribuição do turismo <i>backpacker</i> para o desenvolvimento e o alívio da pobreza, enfatizando alguns aspetos teóricos relacionados com conceitos, construtos e opções metodológicas.	Martins & Costa (2017)	Revisão sistemática da literatura de artigos científicos publicados na SCOPUS desde 1960. Foi feita uma análise quantitativa e qualitativa.	s.d
Análise de políticas/planos de institucionalização e desenvolvimento do turismo <i>backpacker</i>	Impacte da regulação governamental no desenvolvimento de pequenos operadores de viagem privados; política empresarial pró-estatal no Vietname num contexto de transição económica	Lloyd (2003)	Entrevistas a proprietários de "traveller cafés"(n=23); entrevistas semi-estruturadas a responsáveis governamentais pela regulação do setor.	Vietname (Hanoi e Ho Chi Minh)
	Descreve a evolução do turismo em Byron Bay enquanto destino para <i>backpackers</i> , salientando a resistência da comunidade local à pressão do turismo em massa. Os <i>backpackers</i> podem ser aliados naturais e uma alternativa de mercado para as comunidades preocupadas com a sustentabilidade e controlo local.	Westerhausen & Macbeth (2003)	Análise descritiva	Austrália (Byron Bay)
	Contribui para a criação de uma política de desenvolvimento estratégico do turismo <i>backpacker</i> na África do Sul.	Rogerson (2007a)	Inquéritos a <i>backpackers</i> (n=292)	África do Sul
	Analisa a evolução e desenvolvimento de um destino turístico desde o surgimento de enclaves de <i>backpackers</i> à massificação do turismo e a resposta dos pequenos stakeholders locais à instalação de resorts e aos fatores exógenos que ameaçam o equilíbrio e sustentabilidade do turismo local.	Hamzah & Hampton (2013)	Estudo longitudinal entre 1995 e 2010; Observação participada; Entrevistas semi-estruturadas e questionários;	Malásia (Ilha de Perhentian Kecil)
Interação com a população local	- Discute a imagem e estereótipos que a população local tem em relação aos <i>backpackers</i> o modo como os comportamentos de ambos se afetam mutuamente;	Maoz (2006)	Trabalho de campo etnográfico (9 meses de observação participada); Entrevistas semiestruturadas (n=40)	Índia
Uso de drogas, álcool e comportamento sexual dos <i>backpackers</i>	Analisa o impacto do uso de álcool, tabaco e drogas nos <i>backpackers</i> provenientes do Reino Unido em visita à Austrália;	Bellis, Hughes, Dillon, Copeland, & Gates (2007)	Questionários (n=1008)	Austrália

Fonte: Construção própria.

**APÊNDICE 2. Instruções de instalação e utilização da
aplicação GPS de *smartphone* (português e inglês)**

Google Play Instruções de utilização da aplicação de smartphone

- Como utilizar a aplicação GPS no meu smartphone?
- Escreva o nome da seguinte aplicação “Open GPS Tracker” na loja [Google Play](#);
- Instale e inicie (start) a aplicação;
- Confirme se o GPS e a ligação à internet (Wi-fi) estão ativadas;
- Espere que o smartphone fique conectado aos satélites GPS – poderá demorar alguns segundos ou minutos (o sinal GPS é encontrado mais rapidamente ao ar livre e se a ligação à internet estiver ligada);
- Clique em "Start tracking" na aplicação GPS Tracker – Pode desligar a ligação à internet.
- Depois de encontrado o sinal GPS, o lugar onde se encontra aparecerá num mapa;
- Durante o rastreamento NÃO PRECISA de ligação à internet;
- Quando terminar a sua visita e chegar novamente ao *hostel*, pode clicar em “stop tracking” e gravar a informação recolhida num ficheiro que deverá ficar identificado com a data e o número do questionário. Lembre-se que o ficheiro GPX é gerado automaticamente pela aplicação e só fica guardado no seu smartphone;
- Posteriormente, selecione o ficheiro guardado e envie-o por email (em formato GPX) através da própria aplicação para: marcoribeirimartins@ua.pt ou marcio_mur@hotmail.com;
- CONTACTO TELEFÓNICO: 96 662 ?? ??



Instruções de utilização da aplicação de smartphone

- Como utilizar a aplicação GPS no meu Iphone/Ipad?
- Escreva o nome da seguinte aplicação “Simple Logger” na loja iStore;
- Instale e inicie (start) a aplicação;
- Confirme se o GPS e a ligação à internet (Wi-fi) estão ativadas;
- Espere que o smartphone fique conectado aos satélites GPS – poderá demorar alguns segundos ou minutos (o sinal GPS é encontrado mais rapidamente ao ar livre e se a ligação à internet estiver ligada);
- Clique em "Start tracking" na aplicação GPS Tracker – Pode desligar a ligação à internet.
- Depois de encontrado o sinal GPS, o lugar onde se encontra aparecerá num mapa;
- Durante o rastreamento NÃO PRECISA de ligação à internet;
- Quando terminar a sua visita e chegar novamente ao *hostel*, pode clicar em “stop tracking” e gravar a informação recolhida num ficheiro que deverá ficar identificado com a data e o número do questionário. Lembre-se que o ficheiro GPX é gerado automaticamente pela aplicação e só fica guardado no seu smartphone;
- Posteriormente, selecione o ficheiro guardado e envie-o por email (em formato GPX) através da própria aplicação para: marcoribeirimartins@ua.pt ou marcio_mur@hotmail.com;
- CONTACTO TELEFÓNICO: 96 662 ?? ??



Google Play **How to start my smartphone as GPS device?**

- Download “Open GPS Tracker” application from [Google Play](#);
- Install it on your device;
- Make sure GPS is activated on device;
- Wait for the device to get a satellite fix, and if you don’t have internet connection, this can take some time (and is best achieved outdoors with clear sky);
- Click "Start tracking" in GPS Tracker application;
- After some minutes you will see location of your device (in a map);
- During tracking you don’t need internet connection;
- When you finish your visit and arrive to your *hostel*, you can stop tracking and record it with the date of your visit. Remember that GPX file is automatically generated in Open GPS Tracker app and record it only in your phone device;
- Select the recorded file and send it by email (GPX or KMZ format) to: marcioribeiromartins@ua.pt or marcio_mur@hotmail.com;
- PHONE CONTACT: 00351 96 662 ?? ??



How to start my smartphone as GPS device?

- Download “Simple Logger” application from your iStore;
- Install it on your device;
- Make sure GPS is activated on device;
- Wait for the device to get a satellite fix, and if you don’t have internet connection, this can take some time (and is best achieved outdoors with clear sky);
- Click "Launch" in Simple Logger app;
- After some minutes you will see location of your device (in a map);
- During tracking you don’t need internet connection;
- When you finish your visit and arrive to your *hostel*, you can stop tracking and record it with the date of your visit. Remember that GPX file is automatically generated in your app and record it only in your iphone;
- Select the recorded file and send it by email (GPX or KMZ format) to: marcioribeiromartins@ua.pt or marcio_mur@hotmail.com;
- PHONE CONTACT: 00351 96 662 ?? ??

APÊNDICE 3. Questionários (português e inglês)

INQUÉRITO – PADRÕES DE COMPORTAMENTO ESPACIOTEMPORAL DOS TURISTAS NO PORTO

ESTA INVESTIGAÇÃO ESTÁ A SER REALIZADA NO ÂMBITO DE UM DOUTORAMENTO EM TURISMO NA UNIVERSIDADE DE AVEIRO E TEM COMO OBJETIVO PRINCIPAL COMPREENDER O COMPORTAMENTO ESPACIOTEMPORAL DOS TURISTAS QUE CONSTITUEM O DIVERSIFICADO SEGMENTO *BACKPACKER*, NUM DESTINO URBANO MULTIATRAÇÃO. AS RESPOSTAS SÃO CONFIDENCIAIS E SERÃO APENAS UTILIZADAS PARA FINS CIENTÍFICOS, PELO QUE AGRADEÇO DESDE JÁ A SUA COLABORAÇÃO.

MÁRCIO MARTINS (UNIVERSIDADE DE AVEIRO)

N.º do questionário: _____ Data: ____/____/2017 Horas: ____:____ Identificação do Hostel: _____

1.ª PARTE PERFIL DO TURISTA

1. País de residência: _____ 2. Idade: _____ 3. Género: Homem Mulher

4. Escolaridade:

Não completou ensino secundário; Ensino Secundário; Licenciatura; Mestrado; Doutoramento

5. Estado civil:

Solteiro(a); Casado(a); União de facto; Separado(a)/Divorciado(a); outro;

5.1. Tem filhos? Não Sim → Idades: _____

6. Ocupação profissional:

Estudante; Desempregado;
 Empregado *full-time*; Empregado *part-time/casual*;
 Outra _____

7. Rendimentos anuais (€):

<3000; 3000-7000; 7001-14000;
 14001-20000; 20001-30000 >30001

8. Tipo de quarto em que ficou alojado:

Dormitório misto; Dormitório feminino; Quarto duplo; Quarto individual; Quarto familiar;
 Quarto duplo Superior; Outro _____.

9. Número de viagens internacionais com duração superior a 1 semana, realizadas nos últimos 5 anos: _____

CARACTERÍSTICAS DA VIAGEM

10. Dia de chegada ao Porto? ____/____/2017

Dia de partida ao Porto? ____/____/2017

11. Já tinha estado no Porto?

Não, nunca; Sim. Cerca de _____ vezes.

12. Se é estrangeiro, visitou algum país antes da chegada a Portugal?

Não Sim ----> Quais? _____

13. Planeia visitar mais países depois de sair de Portugal?

Não Sim -----> Quais? _____

14. Visitou alguma cidade portuguesa antes de chegar ao Porto?

Não Sim ----> Quais? _____

15. Planeia visitar mais cidades portuguesas além do Porto?

Não Sim -----> Quais? _____

16. Qual dos seguintes exemplos descreve melhor a viagem que está a fazer (selecione apenas uma resposta):

- Viagem de curta duração;
- Férias de curta duração dos estudos/trabalho;
- Férias de longa duração dos estudos/trabalho;
- Gap Year (pausa sabática) antes do início dos estudos secundários/universitários;
- Gap Year (pausa sabática) depois de graduação dos estudos secundários/universitários/fim de serviço militar;
- Estudar no estrangeiro (ex. Estou a fazer Erasmus+ numa universidade portuguesa);
- Praticar voluntariado.
- Outro(s): _____

17. Nesta viagem, qual das seguintes opções descreve melhor o seu grupo de visita? (selecione apenas uma resposta)

- Viajo sozinho(a);
- Viajo com a minha namorada(o);
- Viajo com um amigo próximo que começou a viagem comigo;
- Viajo com um grupo de amigos chegados que começaram esta viagem comigo;
- Viajo com novos amigos que fui conhecendo nesta viagem;
- Viajo com familiares.














18. Selecione os aparelhos tecnológicos com que viaja:

Telemóvel; Smartphone/Iphone; Tablet/Ipad; Computador portátil; Outros _____.

NAS AFIRMAÇÕES SEGUINTES VAMOS TENTAR AVALIAR AS SUAS MOTIVAÇÕES PARA VIAJAR E VISITAR O PORTO

19. Numa escala de 1 a 5 (1=Nada importante; 5=Muito importante), indique o seu grau de concordância em relação às suas motivações para:

19.1. Crescimento pessoal e social (autoconhecimento e autoaperfeiçoamento)	Viajar					Visitar o Porto				
Para melhorar as minhas competências pessoais	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Para conhecer e compreender-me/obter uma nova perspetiva da vida	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Para desenvolver e atualizar capacidades pessoais	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Para me testar	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Mudar o meu carácter/características pessoais	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Senti-me livre e independente	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Para realizar o sonho de uma vida/ambiçã	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
19.2. Interação Social;										
	Viajar					Visitar o Porto				
Para fazer/construir amizade com outros (conhecer novas pessoas)	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Desenvolver amizades mais próximas fortalecimento de relações	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Para me associar a outros viajantes	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Comunicar e aprender com outros <i>backpackers</i>	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Para me tornar diferente dos outros	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Procurar a "cara-metade"/ter relações românticas	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Para interagir com locais	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5

19.3. Experiências no destino	 Viajar 	 Visitar o Porto 
Comunicar com população local	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Experienciar coisas que só se fazem uma vez na vida	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Experienciar o modo de vida local/estrangeiro	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Experienciar um destino que está na moda, muito divulgado e publicitado	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Satisfazer a curiosidade sobre coisas novas	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Passar bons momentos com amigos	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Experiências excitantes	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Vida noturna e entretenimento	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Assistir a eventos especiais (festivais, concertos, teatros)	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Aprender língua(s) estrangeira(s)	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Observar paisagens naturais e culturas/contacto com a natureza	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Viver aventuras	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Reviver bons momentos do passado	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
19.4. Fuga e relaxamento	 Viajar 	 Visitar o Porto 
Para escapar à rotina da vida diária e do trabalho	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Para relaxar psicologicamente e mentalmente	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Estar em atmosferas/ambientes calmos	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Estar em segurança e afastado de multidões	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
19.5. Conhecimento cultural	 Viajar 	 Visitar o Porto 
Contactar, conhecer e compreender a cultura, história e sociedade locais	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Para explorar outras culturas e aumentar conhecimentos	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Autenticidade	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
19.6. Viajem económica	 Viajar 	 Visitar o Porto 
Permite-me viajar com um orçamento reduzido	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Permite-me viajar durante o maior tempo possível	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Destino(s) com preços mais baixos	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Procurar alojamento e transportes a preços mais reduzidos	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
19.7. Preferência por <i>backpacking</i> e conformidade	 Viajar 	 Visitar o Porto 
Preferência por viajar ao estilo backpacker	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Preferência por organizar a própria viagem	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Preferência por este destino em particular	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Acompanhar amigos e familiares	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Influência de outros <i>backpackers</i> e oportunidade em viajar	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Existência de rede de transportes públicos	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5

N.º do questionário: _____

2.ª PARTE

A SUA VISITA AO PORTO HOJE (CARACTERÍSTICAS DA VISITA)

20. Consultou a previsão do estado do tempo para o dia da visita?

Não Sim

20.1. Se SIM, numa escala de 1 a 5 (1= nada importante; 5= muito importante), indique em que medida a previsão do estado do tempo influenciou os planos da sua visita.	1	2	3	4	5
---	---	---	---	---	---

21. Quantas pessoas o(a) acompanharam HOJE na sua visita ao Porto? _____

22. Na visita que fez HOJE, qual das seguintes opções descreve melhor o seu grupo de visita? (selecione apenas uma resposta)

Visitei o destino sozinho(a)

Visitei o destino com a minha namorada(o)

Visitei o destino com um amigo próximo que começou a viagem comigo

Visitei o destino com um grupo de amigos chegados que começaram esta viagem comigo

Visitei o destino com novos amigos que fui conhecendo nesta viagem

Visitei o destino com familiares

23. HOJE, no grupo havia crianças?

Não Sim -----> Idades _____

24. HOJE participou num tour (organizado por operador turístico ou agência de viagem)?

Não; Sim → Qual? _____ → 24.1. Com guia turístico? Não; Sim

25. Por favor, indique qual, ou quais, as fontes de informação que utilizou quando procurou informação, antes e durante a visita de HOJE ao Porto. (selecione todas as opções que se apliquem)

	Usou antes da visita	Usou HOJE durante o dia de visita	Para fazer reservas	Não utilizou
Família e amigos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
Outros viajantes;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
Artigos em revistas e jornais;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
Guias de viagem (Lonely Planet, Rough Guide...);	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
Brochuras de tours;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
Blogs internet;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
Redes Sociais (Facebook...);	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
Agentes de viagem;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Operadores/empresas de tours;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Agências de viagem para estudantes e <i>backpackers</i> ;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Exposições e eventos de viagens;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Motores de pesquisa on-line (Google...);	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sítios de internet de autoridades oficiais de turismo (ex. www.visitporto.travel);	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sítios de internet de companhias aéreas;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Qual(is): _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Sítios de internet para reserva de alojamento (<i>hostelworld.com, booking.com...</i>);	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Revistas de viagens on-line;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Outros sítios de internet sobre viagens.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Aquisição do cartão de descontos Porto Card - Sem transporte <input type="checkbox"/> - Com transporte <input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
Outros...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

26. Por favor, pode estimar (em €) quanto é que gasta num DIA TÍPICO de visita ao Porto, em cada uma das seguintes categorias?

Alojamento _____	Comida em restaurantes e cafés _____	Alimentos comprados em lojas e mercados _____	Tours e outras atividades (quando compra) _____
Combustível _____	Tarifas de transporte/aluguer _____	Álcool e entretenimento _____	Compras em geral e souvenirs _____

Outros: _____

COMPORTAMENTO ESPACIOTEMPORAL - MOBILIDADE

27. HOJE que meios de transporte utilizou? (selecione todas as opções que se apliquem)

- Andar a pé Transportes públicos Automóvel próprio/alugado Transporte comercial/turístico

28. HOJE, quais dos seguintes referenciais usou para se orientar? (selecione todas as opções que se apliquem)

- Marcos na paisagem urbana (edifícios, praças...); Sinalização urbana; Mapas tradicionais;
 Pedidos de informação; GPS (automóvel/portátil); *App Smartphone* .

29. HOJE, durante a sua visita ao Porto, perdeu-se? Não; Sim → **Quantas vezes?** _____

29.1. Qual ou quais as razões pelas quais se perdeu? (selecione todas as opções que se apliquem)

- Orientação errada através dos marcos na paisagem urbana (edifícios, praças...); Sinalização urbana errada;
 Informação transmitida cara a cara de forma incorreta; Leitura incorreta dos mapas tradicionais;
 App Smartphone funciona incorretamente____ Software do GPS (automóvel/portátil) desatualizado;

30. Quais as atrações que visitou HOJE? (Assinale por ordem: 1.ª, 2.ª, 3.ª, etc.)

• Atração vida selvagem (Sea Life Center, Parque Biológico de Gaia);	
• Praias/Costa	
• Miradouros (Sé; Jardins do Palácio de Cristal; Serra do Pilar; Vitória)	
• Igrejas/templos religiosos (Igreja de S. Francisco, Sé Catedral, Sinagoga)	
• Monumentos/Edifício histórico (Torre dos Clérigos; Estação de São Bento; Palácio da Bolsa; Casa do Infante; Café Magestic; Livraria Lello)	
• Zona Histórica	

• Museus e Centros temáticos (Museu do FCP; Museu de Serralves; World of Discoveries; Centro Português de Fotografia; Museus da Misericórdia; Museus Nacional Soares dos Reis, Museus Romântico; Museu do carro Elétrico)	
• Pontes (D. Luís I; D. Maria Pia, Arrábida)	
• Caves de Vinho e Quintas (ribeira de Vila Nova de Gaia; vale do Douro)	
• Cemitérios (Agramonte; Prado do Repouso; Lapa)	
• Centros de exposições e Galerias de arte (Rua Miguel Bombarda)	
• Entretenimento - Teatros, salas de concertos (Casa da Música; Teatro Nacional S. João)	
• Casinos (Póvoa do Varzim; Espinho)	
• Parque e jardins (Jardim de Serralves; Palácio de Cristal)	
• Localidade fora do Porto (tour a Guimarães, Braga, vale do Douro)	
• Lojas, mercados e centros comerciais (Bom Sucesso, Bolhão, Ferreira Borges, Via Catarina, NorteShopping)	
• Outro(a): _____	
•	
•	
•	

31. **Que atividades fez HOJE?** (Assinale por ordem: 1.^a, 2.^a, 3.^a, etc.)

• Comer comida local num restaurante/café	
• Visita a atrações (monumentos, museus, exposições...)	
• Passear a pé	
• Prática de desporto (surf, canoagem, canyoning)	
• Aulas/cursos, Workshops (aulas de surf...)	
• Cruzeiro no rio Douro (cruzeiro das pontes, cruzeiro de 1 dia)	
• Visita a exposições/galerias de arte	
• Tour organizado na cidade	
• Excursão organizada ao vale do Douro	
• Excursão realizada a Guimarães/Braga/Aveiro	
• Compras	
• Ir à praia	
• Assistir a espetáculos (música, teatro...)	
• Passeios na natureza a pé ou bicicleta (passadiços do Paiva...)	
• Outra(s) atividade(s) _____	
•	
•	

OBRIGADO PELO SEU TEMPO E COLABORAÇÃO!

SURVEY – TOURISTS’ SPACE-TIME BEHAVIOUR PATTERNS IN PORTO

THIS STUDY IS PART OF A PHD RESEARCH IN TOURISM, CONDUCTED IN UNIVERSITY OF AVEIRO. ITS PRIMARY AIM IS TO UNDERSTAND BACKPACKER TOURISTS’ SPACE-TIME BEHAVIOUR IN A MULTI-ATTRACTION URBAN DESTINATION. DATA IS EXCLUSIVELY FOR SCIENTIFIC PURPOSES AND STRICTLY CONFIDENTIAL AND ANONYMOUS, FOR WHICH I THANK YOU IN ADVANCE FOR YOUR COOPERATION.

MÁRCIO MARTINS (UNIVERSITY OF AVEIRO)

Number: _____ Date: ____/____/2017 Time ____:____ Hostel identification: _____

1st PART

TOURIST PROFILE (SOCIO-DEMOGRAPHIC CHARACTERISTICS)

3. Country of residence: _____ 4. Age: _____ 3. Gender: Male Female

4. Education:

Less than secondary; Secondary/High School; College/University Degree; Master; PhD

5. Marital Status:

Single; Married; In a relationship/Non-marital partnership; Separated/Divorced; Other.

a. Do you have children? No Yes → Ages: _____

6. Occupation:

Student; Unemployed;
 Employee *full-time*; Employee *part-time/casual*;
 Other _____

7. Annual income (€):

<3000; 3000-7000; 7001-14000;
 14001-20000; 20001-30000 >30001

8. Type of room in accommodation:

Mixed Dorm; Female Dorm; Standard Double Bed Private; Deluxe/Superior Double Bed Private;
 Family room; Standard Twin Private; Other _____.

9. Number of long (more than 1 week) international trips in the past 5 years: _____

TRAVEL PROFILE

10. Day of arrival in Porto? ____/____/2017 Day of departure from Porto? ____/____/2017

11. Have you been in Porto before?

No, never; Yes, approximately _____ times.

12. If you are foreign, have you visited any country on this trip prior to arriving in Portugal?

No Yes ----> Which ones? _____

13. Do you plan to visit any more countries on this trip after leaving Portugal?

No Yes ----> Which ones? _____

14. Have you visited any city on this trip prior to arriving in Porto?

No Yes ----> Which ones? _____

15. Do you plan to visit any more cities on this trip after leaving Porto?

No Yes -----> Which ones? _____

16. Which of the following best describes your trip (select one):

- Short package trip;
- Short Holiday from studies/work;
- Extended Holiday from studies/work;
- Gap Year before starting college/university;
- Gap Year after graduating from college/university or military service;
- Study abroad [e.g. students exchange programs (Erasmus+) in a Portuguese university];
- Volunteering;
- Other(s): _____

17. Which of the following best describes your travel group? (select one)













- I am travelling alone;
- I am travelling with my girlfriend/boyfriend;
- I am travelling with a close friend who started this trip with me;
- I am travelling with a group of close friends who started this trip with me;
- I am travelling with new friend(s) I have met on this trip;
- I am travelling with relatives.

















18. Select the technological devices that you travel with: (select all that apply)

- Mobile phone;
- Smartphone/Iphone;
- Tablet/Ipad;
- Laptop;
- Other(s) _____.

IN THE FOLLOWING STATEMENTS WE WILL TRY TO EVALUATE YOUR MOTIVATIONS TO TRAVEL AND TO VISIT PORTO

21. On a scale of 1 to 5 (1= not important at all; 5= very important), please indicate your level of agreement with the following statements related with your motivations:

21.1. Personal and social growth (self-cognition and self-improvement)	 to travel 	 to visit Porto 
To improve personal skills	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
To know and understand myself/gaining a new perspective on life	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
To develop/update personal capacities	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
To test myself	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
To change my character/personal characteristics	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
To be free and independent	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
To fulfill a life long dream/ambition	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
21.2. Social interaction	 to travel 	 to visit Porto 
To build friendships with others/to meet new people	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
To develop closer friendships / Strengthening relationships	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
To associate with other travellers	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Communicate and learn from other <i>backpackers</i>	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
To make me different from the others	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
To search of the other half of my life/to have romantic relationships	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
To meet the local people and characters	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
21.3. Destination experiences	 to travel 	 to visit Porto 
To communicate with local people	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
To experience once in a lifetime activities /excitment experiences	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
To experience local way of life	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
To experience a fashionable, talked about and well publicised new travel destination	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5

To fulfill my curiosity about new things	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5		
To have a good time with friends	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5		
Nightlife and entertainment	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5		
To attend special events (festivals, concerts, theaters...)	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5		
To learn foreign languages	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5		
To observe natural landscapes and cultures/contact with nature	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5		
To seek adventures	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5		
To relive good moments from the past	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5		
To get off the beaten track	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5		
21.4. Escape and relaxation													
		to travel							to visit Porto				
To escape daily routine life and work	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5		
To relax both physically and psychologically	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5		
To be in a calm atmosphere/environment	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5		
To be safe and away from crowds	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5		
21.5. Cultural knowledge													
		to travel							to visit Porto				
To know and understand the local culture, history and society	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5		
To explore other cultures and improve knowledge	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5		
Looking for authenticity	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5		
21.6. Budget travel													
		to travel							to visit Porto				
It allows me to travel on a budget	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5		
Value for money destination	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5		
To travel for as long as possible	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5		
To seek cheaper accomodation and transport	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5		
21.7. Conformity and preference for backpacking													
		to travel							to visit Porto				
Just because of preference for backpacking	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5		
To organize one's own journey	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5		
Just because of preference for this destination	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5		
To accompany my friends or relatives	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5		
Having a try, because of the influences of other <i>backpackers</i> / opportunity to travel	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5		
Due to the existence of a public transports network	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5		

Number: _____

2nd PART
YOUR VISIT TO PORTO TODAY (VISIT CHARACTERISTICS)

22. Did you check the weather forecast TODAY before you started this visit? No Yes →

22.1. If YES, on a scale of 1 to 5 (1= not important at all; 5= very important), please indicate how the weather forecast affected your visit plans?	1	2	3	4	5
---	---	---	---	---	---

23. How many people joined you in your visit to Porto TODAY? _____

24. Which of the following best describes your travel group TODAY (select one):

- I visited Porto alone;
- I visited Porto with my girlfriend/boyfriend;
- I visited Porto with a close friend who started this trip with me;
- I visited Porto with a group of close friends who started this trip with me;
- I visited Porto with new friend(s) I have met on this trip;
- I visited Porto with relatives.

25. Were there children in your travel group TODAY? No Yes → **Ages:** _____

26. Did you participate in an organized tour (by tour operator / travel agent) TODAY?

- No Yes -----> **Which one?** _____ → **24.1. With travel guide?** No Yes

27. Please indicate which of the following sources you have used when looking for information, before and during your visit to Porto TODAY (select all that apply):

	Used before the visit	Used TODAY during the visit	Made a booking	Did not use
Family and friends	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
Other travellers	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
Articles in magazines/newspapers	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
Travel Guide books (e.g. Lonely Planet, Rough Guide...)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
Tour brochures	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
Blogs on the internet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
Social networking sites (Facebook...)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
Retail travel agente	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Online Student/Backpacker travel agencies	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tour operator/Company	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Travel Expos/Events	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Search Engines on-line (e.g. Google.com...)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Government tourism websites (e.g.. www.visitporto.travel)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Airline booking websites Which ones? _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Accomodation booking websites (<i>hostelworld.com, booking.com...</i>)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Online travel review sites (e.g. tripadvisor.com)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Other travel websites	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

"Porto Card" Discount acquisition: - public transports not included <input type="checkbox"/> - public transports included <input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
Other(s)... _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
_____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
_____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

28. Could you please estimate (in Euros, €) how much you would spend on yourself on typical day in Porto for each of the following categories?

Accommodation _____	Food purchased from restaurants and cafes _____	Food purchased from grocery stores _____	Tours and activities (when you do purchase) _____
Petrol _____	Transport fares/ rent a car _____	Alcohol and entertainment _____	General shopping and souvenirs _____

Other(s): _____

SPACE-TIME BEHAVIOUR - MOBILITY

29. What means of transport did you use TODAY? (select all that apply)

- Walking Public transport Rented car or your own Commercial/Tourist transport

30. Which of the following landmarks have you used to navigate around TODAY? (select all that apply)

- City landscape landmarks (buildings, roundabouts, river) Signposting Traditional maps;
 Requests for information to residents; GPS (car/portable device); App Smartphone .

31. Did you get lost during your visit TODAY? No Yes → How many times?_____

31.1. Why did you get lost? (select all that apply)

- Incorrect signposting Incorrect reading of traditional maps Incorrect face-to-face information
 GPS software outdated (car/laptop) Smartphone app worked incorrectly
 Incorrect orientation through the urban landmarks (buildings, squares ...)

32. What attractions (monuments, museums, exhibitions...) have you visited TODAY? (Rank by order of visit: 1st, 2nd, 3rd)

• Wildlife attraction (Sea Life Center, Parque Biológico de Gaia);	
• Beaches/Coast	
• View Points (Sé; Jardins do Palácio de Cristal; Serra do Pilar; Vitória)	
• Churches/Religious temples (Igreja de S. Francisco, Sé Catedral, Sinagoga)	
• Monument/Historic building (Torre dos Clérigos; Estação de São Bento; Palácio da Bolsa; Casa do Infante; Café Magestic; Livraria Lello...)	
• Historical center (UNESCO World Heritage Area)	
• Museums and theme parks (Museu do FCP; Museu de Serralves; World of Discoveries; Centro Português de Fotografia; Museu da Misericórdia; Museu Nacional Soares dos Reis, Museu Romântico; Museu do carro Elétrico...)	

• Bridges (D. Luís I; D. Maria Pia, Arrábida...)	
• Port Wine cellares and "Quintas" (ribeira de Vila Nova de Gaia; Douro valley);	
• Cemeteries (Agramonte; Prado do Repouso; Lapa);	
• Expositions and art galleries (e.g. Miguel Bombarda street...)	
• Entertainment - Theaters, concert halls (Casa da Música; Teatro Nacional S. João)	
• Casinos (Póvoa do Varzim; Espinho);	
• Parks and gardens (Jardim de Serralves; Palácio de Cristal)	
• Excursion out of Porto (Guimarães, Braga, Douro valley)	
• Retail shops, markets and Shopping centres (Bom Sucesso, Bolhão, Ferreira Borges, Via Catarina, NorteShopping)	
• Other(s): _____	
•	
•	
•	

33. What activities did you engage in TODAY? (Rank by order: 1st, 2nd, 3rd)

• Eating local food at a restaurant/café	
• Visiting attractions (e.g. monuments, museums, exhibitions...)	
• Walking around	
• Practicing sports (e.g. surf, canoeing...)	
• Workshops (e.g. surf lessons...)	
• Cruises in river (e.g. bridges cruise, 1 day cruise...)	
• Visiting expositions/art galleries	
• Guided Tours in Porto;	
• Excursion to Douro valley	
• Excursion to Guimarães/Braga/Aveiro	
• Shopping;	
• Go to the beach;	
• Attending performance (e.g. music, theatre...)	
• Wilderness hiking or biking (e.g. passadiços do Paiva...);	
• Other(s) _____	
•	
•	
•	

THANK YOU VERY MUCH FOR YOUR TIME AND COLLABORATION!

APÊNDICE 4. Análise bivariada

Quadro II. Relação do nível de instrução com o comportamento espaciotemporal.

Variáveis	Nível de instrução			p
	Secondary/High School (N = 14)	College/University Degree (N = 51)	Master/ PhD (N = 17)	
Distância percorrida (km)	Md = 9.20 M = 26.90, DP = 67.29	Md = 5.23 M = 15.49, DP = 39.28	Md = 5.13 M = 9.05, DP = 10.40	0.534 ⁽¹⁾
Duração da visita (min)	Md = 246.33 M = 287.73, DP = 176.57	Md = 232.00 M = 294.79, DP = 233.68	Md = 306.00 M = 309.00, DP = 234.99	0.919 ⁽¹⁾
Tempo em movimento (min)	Md = 128.71 M = 152.75, DP = 106.17	Md = 94.38 M = 128.81, DP = 116.07	Md = 99.07 M = 138.29, DP = 180.46	0.600 ⁽¹⁾
Afastamento máx. alojamento (km)	Md = 1.77 M = 10.66, DP = 31.72	Md = 1.44 M = 6.15, DP = 19.48	Md = 1.41 M = 2.07, DP = 1.97	0.510 ⁽¹⁾
Velocidade média (km/h)	Md = 2.19 M = 3.50, DP = 5.03	Md = 1.84 M = 2.98, DP = 3.16	Md = 1.86 M = 1.86, DP = 0.97	0.509 ⁽¹⁾
Diferenças de altitude (m)	Md = 77.00 M = 123.21, DP = 190.51	Md = 88.00 M = 94.27, DP = 102.96	Md = 89.00 M = 80.47, DP = 31.82	0.625 ⁽¹⁾
Forma geométrica do percurso				
Ida e volta	7.1% (n = 1)	7.8% (n = 4)	11.8% (n = 2)	0.979 ⁽²⁾
Circular	7.1% (n = 1)	9.8% (n = 5)	5.9% (n = 1)	
Complexo	85.8% (n = 12)	82.4% (n = 42)	82.4% (n = 14)	
Número atrações visitadas	Md = 3.00 M = 3.36, DP = 1.69	Md = 3.00 M = 3.90, DP = 1.65	Md = 4.00 M = 4.35, DP = 1.69	0.262 ⁽¹⁾
Número atividades realizadas	Md = 3.00 M = 2.79, DP = 0.80	Md = 3.00 M = 2.94, DP = 0.95	Md = 3.00 M = 3.41, DP = 0.94	0.111 ⁽¹⁾
Desorientação				
Não se perdeu	84.6% (n = 11)	80.9% (n = 38)	88.2% (n = 15)	0.909 ⁽²⁾
Perdeu-se	15.4% (n = 2)	19.1% (n = 9)	11.8% (n = 2)	
Processos de orientação				
Traditional maps	53.8% (n = 7)	66.0% (n = 31)	70.6% (n = 12)	0.667 ⁽²⁾
City landscape landmarks	61.5% (n = 8)	51.1% (n = 24)	58.8% (n = 10)	0.728 ⁽²⁾
App <i>Smartphone</i>	38.5% (n = 5)	36.2% (n = 17)	64.7% (n = 11)	0.129 ⁽²⁾
Signposting	38.5% (n = 5)	19.1% (n = 9)	29.4% (n = 5)	0.295 ⁽²⁾
GPS (car/portable device)	23.1% (n = 3)	25.5% (n = 12)	11.8% (n = 2)	0.538 ⁽²⁾
Requests for info. to residents	23.1% (n = 3)	19.1% (n = 9)	17.6% (n = 3)	0.922 ⁽²⁾
Meios de transporte				
Caminhar	92.3% (n = 12)	93.6% (n = 44)	100.0% (n = 17)	0.620 ⁽²⁾
Transporte público	15.4% (n = 2)	31.9% (n = 15)	11.8% (n = 2)	0.219 ⁽²⁾
Commercial/Tourist transport	0.0% (n = 0)	14.9% (n = 7)	11.8% (n = 2)	0.464 ⁽²⁾
Rented car or your own	0.0% (n = 0)	6.4% (n = 3)	0.0% (n = 0)	0.749 ⁽²⁾

Md – Mediana; M – Média; DP – Desvio-padrão.

⁽¹⁾ valor de significância do Teste de Kruskal-Wallis; ⁽²⁾ valor de significância do Teste Exato de Fisher.

Quadro III. Relação do grupo de visita com o comportamento espaciotemporal

Variáveis	Grupo de visita		p
	Sem acompanhantes (N = 35)	Com acompanhantes (N = 42)	
Distância percorrida (km)	Md = 5.23 M = 21.55, DP = 59.88	Md = 5.56 M = 12.68, DP = 19.93	0.396 ⁽¹⁾
Duração da visita (min)	Md = 188.35 M = 283.54, DP = 265.13	Md = 283.68 M = 305.84, DP = 191.55	0.185 ⁽¹⁾
Tempo em movimento (min)	Md = 92.20 M = 129.87, DP = 149.70	Md = 112.03 M = 136.19, DP = 109.33	0.170 ⁽¹⁾
Afastamento máx. alojamento (km)	Md = 1.48 M = 8.73, DP = 28.06	Md = 1.58 M = 4.40, DP = 11.51	0.546 ⁽¹⁾
Velocidade média (km/h)	Md = 1.70 M = 3.42, DP = 4.52	Md = 2.03 M = 2.50, DP = 1.87	0.984 ⁽¹⁾
Diferenças de altitude (m)	Md = 83.00 M = 117.60, DP = 167.50	Md = 85.50 M = 78.93, DP = 34.65	0.874 ⁽¹⁾
Forma geométrica do percurso			
Ida e volta	11.4% (n = 4)	7.1% (n = 3)	0.907 ⁽²⁾
Circular	8.6% (n = 3)	9.5% (n = 4)	
Complexo	80.0% (n = 28)	83.3% (n = 35)	
Número atrações visitadas	Md = 3.00 M = 3.74, DP = 1.69	Md = 4.00 M = 4.12, DP = 1.73	0.335 ⁽¹⁾
Número atividades realizadas	Md = 3.00 M = 3.00, DP = 1.03	Md = 3.00 M = 3.05, DP = 0.91	0.541 ⁽¹⁾
Desorientação			
Não se perdeu	85.7% (n = 36)		0.553 ⁽²⁾
Perdeu-se	14.3% (n = 6)		
Processos de orientação			
Mapas	60.0% (n = 21)	69.0% (n = 29)	0.476 ⁽²⁾
Marcos na paisagem urbana	51.4% (n = 18)	57.1% (n = 24)	0.652 ⁽²⁾
App Smartphone	51.4% (n = 18)	35.7% (n = 15)	0.176 ⁽²⁾
Sinalização urbana	20.0% (n = 7)	28.6% (n = 12)	0.436 ⁽²⁾
GPS (automóvel/portátil)	20.0% (n = 7)	23.8% (n = 10)	0.786 ⁽²⁾
Pedidos de informação	17.1% (n = 6)	21.4% (n = 9)	0.775 ⁽²⁾
Meios de transporte			
Caminhar	94.3% (n = 33)	95.2% (n = 40)	0.999 ⁽²⁾
Transporte público	22.9% (n = 8)	26.2% (n = 11)	0.795 ⁽²⁾
Transporte comercial/turístico	5.7% (n = 2)	16.7% (n = 7)	0.170 ⁽²⁾
Automóvel próprio/alugado	0.0% (n = 0)	7.1% (n = 3)	0.246 ⁽²⁾

Md – Mediana; M – Média; DP – Desvio-padrão.

⁽¹⁾ valor de significância do Teste de Mann-Whitney; ⁽²⁾ valor de significância do Teste Exato de Fisher.

Quadro IV. Relação da utilização de brochuras com o comportamento espaciotemporal

Variáveis	Utilizou brochuras		P
	Não (N = 64)	Sim (N = 18)	
Distância percorrida (km)	Md = 5.33 M = 14.67, DP = 35.38	Md = 6.10 M = 21.22, DP = 59.78	0.906 ⁽¹⁾
Duração da visita (min)	Md = 232.41 M = 295.60, DP = 228.34	Md = 278.98 M = 299.86, DP = 208.34	0.762 ⁽¹⁾
Tempo em movimento (min)	Md = 94.63 M = 135.96, DP = 135.35	Md = 106.53 M = 130.95, DP = 106.62	0.920 ⁽¹⁾
Afastamento máx. alojamento (km)	Md = 1.48 M = 5.43, DP = 17.44	Md = 1.61 M = 8.36, DP = 28.08	0.626 ⁽¹⁾
Velocidade média (km/h)	Md = 1.89 M = 2.73, DP = 2.77	Md = 1.52 M = 3.21, DP = 4.71	0.779 ⁽¹⁾
Diferenças de altitude (m)	Md = 83.00 M = 88.14, DP = 93.90	Md = 91.50 M = 125.56, DP = 164.05	0.147 ⁽¹⁾
Forma geométrica do percurso			
Ida e volta	7.8% (n = 5)	11.1% (n = 2)	0.877 ⁽²⁾
Circular	9.4% (n = 6)	5.6% (n = 1)	
Complexo	82.8% (n = 53)	83.3% (n = 15)	
Número atrações visitadas	Md = 4.00 M = 3.84, DP = 1.63	Md = 3.00 M = 4.11, DP = 1.88	0.761 ⁽¹⁾
Número atividades realizadas	Md = 3.00 M = 2.97, DP = 0.80	Md = 3.00 M = 3.17, DP = 1.34	0.808 ⁽¹⁾
Desorientação			
Não se perdeu	86.4% (n = 51)	72.2% (n = 13)	0.169 ⁽²⁾
Perdeu-se	13.6% (n = 8)	27.8% (n = 5)	
Processos de orientação			
Mapas	67.8% (n = 40)	55.6% (n = 10)	0.402 ⁽²⁾
Marcos na paisagem urbana	50.8% (n = 30)	66.7% (n = 12)	0.287 ⁽²⁾
App Smartphone	42.4% (n = 25)	44.4% (n = 8)	0.999 ⁽²⁾
Sinalização urbana	27.1% (n = 16)	16.7% (n = 3)	0.535 ⁽²⁾
GPS (automóvel/portátil)	20.3% (n = 12)	27.8% (n = 5)	0.526 ⁽²⁾
Pedidos de informação	22.0% (n = 13)	11.1% (n = 2)	0.498 ⁽²⁾
Meios de transporte			
Caminhar	93.2% (n = 55)	100.0% (n = 18)	0.568 ⁽²⁾
Transporte público	20.3% (n = 12)	38.9% (n = 7)	0.127 ⁽²⁾
Transporte comercial/turístico	13.6% (n = 8)	5.6% (n = 1)	0.676 ⁽²⁾
Automóvel próprio/alugado	3.4% (n = 2)	5.6% (n = 1)	0.556 ⁽²⁾

Md – Mediana; M – Média; DP – Desvio-padrão.

⁽¹⁾ valor de significância do Teste de Mann-Whitney; ⁽²⁾ valor de significância do Teste Exato de Fisher.