

ENCONTRO
COM A CIÊNCIA
E TECNOLOGIA
EM PORTUGAL

2-4

JULHO

Centro de
Congressos
de Lisboa

encontrociencia.pt
#ciencia2018PT

SABERES E SABORES: A EXPERIÊNCIA TURÍSTICA DE STORYTELLING EM ROTAS DE VINHOS

José Luís Abrantes, Carla Silva, Cláudia Seabra, Odete Paiva & Andreia Pereira



INTRODUÇÃO

Dada a alteração das necessidades e desejos dos turistas ao longo do tempo, o aumento da economia da experiência e o crescendo das inovações tecnológicas, a **procura por histórias aumentou significativamente nos últimos anos.**

O *Storytelling* é uma nova forma de experiência turística que assume cada vez maior relevância nos dias de hoje. Não só por ser um produto único, mas também porque **permite estabelecer uma forte relação entre os residentes e os turistas e entre estes e os lugares.**

SABERES E SABORES: A EXPERIÊNCIA TURÍSTICA DE STORYTELLING EM ROTAS DE VINHOS

INTRODUÇÃO

Enoturismo é um produto turístico emergente e tem um papel cada vez mais importante no desenvolvimento e na promoção das regiões (Brás, 2010).

A indústria do turismo espera que o número de enoturistas cresça para quatro milhões até 2020 (Atout France, 2015).

Em 2016 existiram cerca de 2,2 milhões de enoturistas a visitar regiões vitivinícolas portuguesas (Associação das Rotas do Vinho de Portugal, 2017).



SABERES E SABORES: A EXPERIÊNCIA TURÍSTICA DE STORYTELLING EM ROTAS DE VINHOS

INTRODUÇÃO

O cultivo da vinha e o consumo de vinho em Portugal são mais antigos do que a sua própria nacionalidade (Hall & Mitchell, 2000). Contudo, são as narrativas associadas a cada vinho que o tornam único, “sem uma estória por trás o vinho é apenas uma bebida” (Monteiro, 2016).

INTRODUÇÃO

Os produtores de vinho contam muitas histórias sobre o vinho, as suas propriedades e os seus ancestrais. Estas estórias fazem parte das atividades e sensações que se traduzem nas experiências dos enoturistas que se transformam também em storytellers ao contarem as suas histórias de viagem aos seus círculos. Até mesmo os especialistas em vinho, jornalistas de vinho e bloggers de vinho contam as suas histórias para testemunhar e referenciar a sua expertise (Mora & Livat, 2013).

SABERES E SABORES:
A EXPERIÊNCIA TURÍSTICA DE STORYTELLING EM ROTAS DE VINHOS

PROPOSTA

Avaliar o efeito do *storytelling* no mercado do enoturismo.

Especificamente pretende-se **analisar o efeito do eWOM**, ou seja conteúdos de informação adquiridos online partilhados por vários intervenientes: produtores de vinho, enoturistas, bloggers, gestores de marcas de vinho e regiões vinícolas e outros opinion makers na área do vinho no branding de vinhos e destinos de enoturismo.

Pretende-se **perceber o efeito que as várias histórias partilhadas online têm no comportamento de escolha e consumo dos enoturistas.**

SABERES E SABORES: A EXPERIÊNCIA TURÍSTICA DE STORYTELLING EM ROTAS DE VINHOS

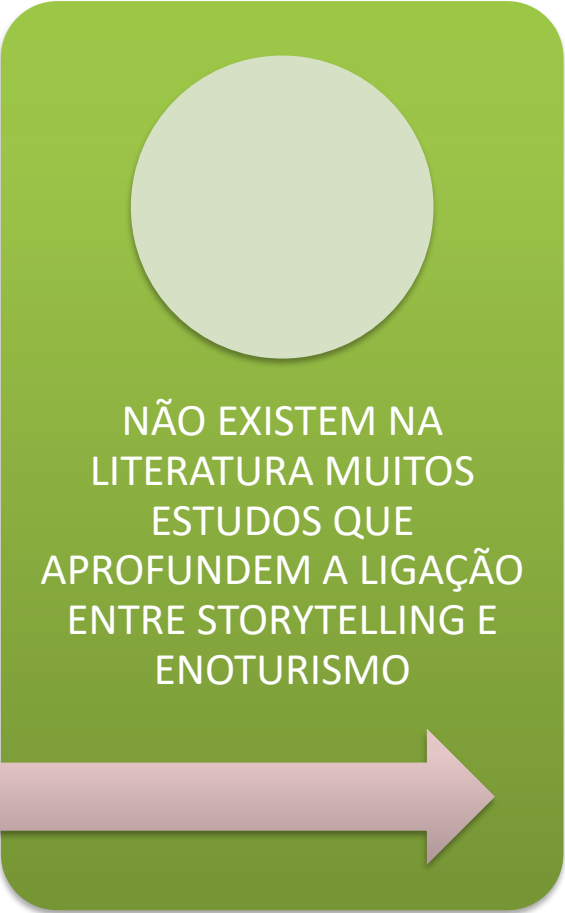
PORQUÊ



STORYTELLING COMO UMA
FORMA ÚNICA DE VIVER
UMA EXPERIÊNCIA
TURÍSTICA



MERCADO DO
ENOTURISMO EM
CRESCIMENTO



NÃO EXISTEM NA
LITERATURA MUITOS
ESTUDOS QUE
APROFUNDEM A LIGAÇÃO
ENTRE STORYTELLING E
ENOTURISMO

SABERES E SABORES: A EXPERIÊNCIA TURÍSTICA DE STORYTELLING EM ROTAS DE VINHOS

PORQUÊ

O ambiente online é hoje a principal fonte de informação usada pelos consumidores para adquirir informação ajudando-os a tomar decisões de compra.

As redes sociais mudaram a forma da partilha de informação nos mercados turísticos (Jepsen, 2006), pois é possível conhecer produtos e serviços **adquirindo conhecimento sobre as histórias associadas a eles** (Cheung, Lee & Rabjohn., 2008) e **partilhando, por sua vez essas histórias com outros**

SABERES E SABORES:

A EXPERIÊNCIA TURÍSTICA DE STORYTELLING EM ROTAS DE VINHOS

METODOLOGIA QUANTITATIVA E QUALITATIVA

Quantitativa

Inquéritos face to face aos turistas durante a sua experiência turística de enoturismo

Qualitativa

Análise de conteúdo dos conteúdos on-line

SABERES E SABORES:

A EXPERIÊNCIA TURÍSTICA DE STORYTELLING EM ROTAS DE VINHOS

RESULTADOS

RESULTADO 1 | REVISÃO DA LITERATURA

PAPERS CONCETUAIS NAS ÁREAS DO STORYTELLING E DO ENOTURISMO.

PEER REVIEWED JOURNALS

Lopes, A., Seabra, C., Silva, C., & Abrantes, J.L. (2017). ENOMOTIVscale: Escala de motivações dos enoturistas. *Journal of Tourism and Development*, 27/28, 837-848.

Gonçalves, J.C.; Seabra, C.; Silva, C. (forthcoming). Histórias de cultura. O poder do storytelling em destinos de turismo cultural. *Cadernos de Geografia*.

Frias, C.; Silva, C.; Seabra, C. (2017). Storytelling: Motivações, autenticidade e envolvimento dos turistas culturais. *Journal of Tourism and Development*, vol.27/28: 1355-1306.

Gonçalves, J.; Seabra, C.; Silva, C. (2017). Storytelling no turismo cultural: O poder do “Era uma vez...”. *Journal of Tourism and Development*, vol.27/28: 2171-2177.

PRÉMIOS:

Lopes, A., Seabra, C., Silva, C., & Abrantes, J.L (2017). Best Paper Award Câmara Municipal de Viseu for Agriculture, Food, Wine & Local Development, *6th M-Sphere Conference 2017* com o trabalho “Wine Routes: Development of Wine Regions and Local Communities”.



SABERES E SABORES:

A EXPERIÊNCIA TURÍSTICA DE STORYTELLING EM ROTAS DE VINHOS

RESULTADOS

RESULTADO 2 | AVALIAÇÃO DOS CONTEÚDOS DA EXPERIÊNCIA DO STORYTELLING

ATAS DE CONFERÊNCIA

Frias, C.; Silva, C.; Amante, M.J.; Seabra, C. (2018). How the official sites of World Heritage Historical Centers in Portugal promote storytelling tourist experiences. *Book of Abstracts of the Conference Cultural Routes & Heritage, Tourism & Rural Development*, Cáceres, Spain.

Frias, C.; Silva, C.; Amante, M.J.; Seabra, C. (2017). Storytelling tourist experience promoted by the official sites of World Heritage historical centers. *Proceedings Book do 7th Advances in Tourism Marketing Conference*, Casablanca, Marrocos.



SABERES E SABORES: A EXPERIÊNCIA TURÍSTICA DE STORYTELLING EM ROTAS DE VINHOS

RESULTADOS RESULTADO 3 | EXPERIÊNCIA

ANÁLISE DAS ROTAS DE VINHO EM PORTUGAL E DA EXPERIÊNCIA TURÍSTICA VIVIDA

ATAS DE CONFERÊNCIAS

- Lopes, A.; Seabra, C.; Silva, C.; Abrantes, J.L. (2017). Winetourism: The preservation of the Portuguese culture. *Proceedings Book of the 2nd International Conference on Global Tourism and Sustainability*, Lagos, Portugal.
- Lopes, A.; Seabra, C.; Abrantes, J.L.; Silva, C.; Paiva, O. (2018). Wine routes: Cultural routes of traditions and flavors. *Book of Abstracts of the Conference Cultural Routes & Heritage, Tourism & Rural Development*, Cáceres, Spain.
- Lopes, A.; Seabra, C.; Silva, C.; Abrantes, J.L. (2017). Wine Routes: Development of wine regions and local communities.. *Book of Abstracts 6th M-Sphere Conference 2017*, Viseu, Portugal.
- Lopes, A.; Seabra, C.; Silva, C.; Abrantes, J.L. (2017). Rotas de vinho em Portugal: Para uma avaliação.. *Book of abstracts do Workshop Tourism and Hospitality Management*, Porto, Portugal.
- Lopes, A.; Seabra, C.; Silva, C.; Abrantes, J.L. (2017). Do wine tourists love only wine? The enomotiv scale. *Book of Proceedings of the Spring Symposium on Challenges in Sustainable Tourism Development (SSTD 2017)*, Gran Canaria, Spain.

SABERES E SABORES:

A EXPERIÊNCIA TURÍSTICA DE STORYTELLING EM ROTAS DE VINHOS

IMPLICAÇÕES

CIÊNCIA

Análise das dimensões da experiência turística, antes, durante e pós.

Aprofundamento da relação entre Enoturismo e Storytelling, colmatando o gap existente na literatura.

GESTÃO

Estratégias de gestão, marketing e valorização dos destinos e territórios onde o Enoturismo pode ser um factor diferenciador.

ENCONTRO
COM A CIÊNCIA
E TECNOLOGIA
EM PORTUGAL

2-4

JULHO

Centro de
Congressos
de Lisboa

encontrociencia.pt
#ciencia2018PT

SABERES E SABORES: A EXPERIÊNCIA TURÍSTICA DE STORYTELLING EM ROTAS DE VINHOS

José Luís Abrantes, Carla Silva, Cláudia Seabra, Odete Paiva & Andreia Pereira

