

O Turismo Espiritual na Ilha Terceira: A percepção dos agentes da oferta sobre o potencial de desenvolvimento

Spiritual Tourism on Terceira Island: The perception of supply agents on the potential for development

Natacha Soares¹ [natachasoares@live.com.pt]

Joana Lima² [jisl@uevora.pt]

Maria do Rosário Borges³ [mrborges@uevora.pt]

Resumo | Atualmente cada vez mais pessoas estão preocupadas com o seu bem-estar e com a sua saúde mental e emocional, sendo as viagens um dos meios para satisfazerem essas necessidades (Bhalla et al., 2021). Neste contexto, nos últimos anos têm aparecido uma série de novos conceitos relacionados com tipos de turismo, que fizeram com que vários autores demonstrassem o seu interesse nessas novas áreas, como acontece com o turismo espiritual (Collins-Kreiner, 2020). O turismo espiritual é um tema que tem sido discutido em vários estudos científicos, principalmente a partir de 2017. Os visitantes que praticam este tipo de turismo procuram harmonizar a viagem física (externa) com uma viagem interior, para que seja possível a exploração do seu “eu” (Halim et al., 2021).

¹ Licenciada em Turismo e estudante de Mestrado em Turismo e Desenvolvimento de Destinos e Produtos na Universidade de Évora.

² Doutorada em Turismo pela Universidade de Aveiro; Professora Associada na Universidade de Évora e investigadora integrada no CIDEHUS/UÉ.

³ Doutorada em Turismo pela Universidade de Aveiro; Professora Associada na Universidade de Évora e investigadora integrada no CIDEHUS/UÉ.

Neste estudo, estabeleceu-se como principal objetivo analisar o potencial da ilha Terceira para desenvolver o produto de turismo espiritual não religioso, de acordo com as percepções dos agentes da oferta do arquipélago dos Açores. Através dos resultados, pode-se concluir que os agentes entrevistados reconhecem que existem recursos importantes para o desenvolvimento do produto de turismo espiritual, mas reconhecem que este tipo de turismo ainda não se encontra bem assumido na ilha, apesar de ser uma região portuguesa com muitos fatores de sucesso para esse crescimento.

Palavras-chave | turismo espiritual não religioso, turismo insular, experiência turística, sustentabilidade, Açores

Abstract | Nowadays, more and more people are concerned about their well-being and their mental and emotional health, and travelling is one of the ways to satisfy these needs (Bhalla et al., 2021). In this context, a series of new concepts related to types of tourism have appeared in recent years, which have led several authors to show their interest in these new areas, such as spiritual tourism (Collins-Kreiner, 2020). Spiritual tourism is a topic that has been discussed in various scientific studies, especially since 2017. The spiritual tourist seeks to harmonize the physical (external) journey with an inner journey, so that it is possible for tourists to explore their "self" (Halim et al., 2021).

The main objective of this study was to understand the potential of the Terceira Island to develop a non-religious spiritual tourism product, according to the perceptions of the Azorean supply agents. Through the results, it can be concluded that the agents interviewed recognize that there is strong potential to the development of the spiritual tourism product but acknowledge that spiritual tourism is not yet well established on the island, despite being a Portuguese region with many success factors for this growth.

Keywords | non-religious spiritual tourism, island tourism, tourist experience, sustainability, Azores

1. Introdução

Atualmente, existem cada vez mais turistas à procura de uma variedade de experiências, onde se incluem, por exemplo, a procura do autoconhecimento, do bem-estar físico e do bem-estar espiritual (Collins-Kreiner, 2020). De acordo com Bhalla et al. (2021), após a pandemia de COVID-19, as pessoas começaram a procurar mais produtos que valorizam/ “prometem” uma cura espiritual/mental/emocional e o bem-estar. O turismo espiritual (TE) pode ajudar nesse processo, fazendo com que os indivíduos tenham contacto com um estado de vida mais consciente e positivo. Agarwal et al. (2021) referem que viajar para locais em que o objetivo seja o afastamento das suas rotinas diárias, do stresse, mudar a visão que têm da vida ou relaxarem faz com que os turistas consigam mais facilmente alcançar objetivos espirituais.

A ilha Terceira, uma das nove ilhas dos Açores, é caracterizada pela sua beleza natural, fazendo com que seja considerada um destino com características de desenvolvimento potencial do TE interessante. Bhalla et al. (2021) afirmam que os cenários e as paisagens naturais estão intrinsecamente associados ao TE, já que experiências nestes cenários podem estimular a mudança no corpo, na atitude, nas emoções e nas capacidades dos turistas, criando uma sensação de bem-estar e proporcionando emoções positivas.

O presente estudo teve como principal objetivo analisar o potencial da ilha Terceira para desenvolver o produto de TE (não religioso), de acordo com a perspetiva dos agentes da oferta e de planeamento do turismo dos Açores. Para se alcançar esse objetivo, recorreu-se a dados primários, mais especificamente a entrevistas exploratórias aos agentes públicos, para se perceber o potencial que reconhecem ao desenvolvimento deste produto, e entrevistas semiestruturadas aos agentes da oferta, privados, dos Açores, para conhecer o perfil dos seus clientes, os efeitos que sentem da sua atividade e a oferta existente deste produto no arquipélago.

A concretização destes objetivos implica começar por refletir conceptualmente sobre os temas do TE e a sua ligação à sustentabilidade em destinos insulares. Na secção seguinte, detalha-se a metodologia adotada para o estudo empírico e, de seguida, analisam-se os resultados das entrevistas realizadas, discutindo implicações.

2. Contextualização teórica

Wang & Blasco (2022) e Jaiswall & Duggal (2019) referem que o tema da espiritualidade tem vindo a ganhar, progressivamente, mais interesse por parte dos investigadores na área do turismo, sendo uma área emergente. No entanto, até à data, a maioria dos estudos académicos focam o TE religioso ou baseiam-se em experiências turísticas muito específicas, como, por exemplo, a procura pelo bem-estar em geral, a prática de yoga ou o contacto com a natureza (Wang & Blasco, 2022; Soares et al., 2024).

Agarwal et al. (2021) definem a espiritualidade “não apenas como um estado de espírito, mas a integração holística do corpo, mente e coração, enquanto canaliza energias para investigar o verdadeiro significado da vida para si próprio” (traduzido de Agarwal et al., 2021:96), reconhecendo que este conceito pode diferir de pessoa para pessoa.

O turismo atenua dois importantes constrangimentos da vida quotidiana - tempo e lugar -, criando condições para os indivíduos se concentrarem na sua realização pessoal e social (Richards, 1999; Norman & Pokorny, 2017). Acresce que a espiritualidade é considerada, por Kainthola et al. (2021), como uma das forças motivacionais para viajar no século XXI, uma vez que os turistas sentem a necessidade de procurar satisfação espiritual, significados de vida, através de viagens que facilitem a autorrealização e o bem-estar do corpo, da mente e da alma. Esta espiritualidade, para indivíduos não religiosos, pode ser a procura de várias atividades espirituais, como o ioga, a meditação, ou algo autodefinido, em diferentes contextos. Assim, a espiritualidade é cada vez mais entendida como não estando apenas ligada à religiosidade institucional, sendo estas experiências espirituais baseadas principalmente na experiência individual (Singleton, 2017).

Considerando este enquadramento, vários autores (por exemplo Halim et al., 2021; Kujawa, 2017; Poggendorf, 2022 e Norman & Pokorny, 2017) afirmam que os objetivos espirituais de um indivíduo também podem ser alcançados através de uma viagem, já que para os alcançar é geralmente necessário que os indivíduos se distanciem das suas rotinas diárias. O TE é assim considerado uma prática turística com um significado altamente subjetivo e que envolve uma forte componente de trabalho interior para alcançar o bem-estar.

Neste contexto, torna-se perceptível que Norman (2012), citado por Wang & Blasco (2022), afirme que não existe uma definição clara de TE que seja amplamente reconhecida. No entanto, existe uma característica comum a vários estudos: o facto de o TE ser procurado para potenciar uma melhoria consciente da pessoa que o pratica (Soares et al., 2024). Estudos

recentes, como o de Poggendorf (2022), observam que o TE significa a procura da cura da alma, a autodescoberta e a manutenção do bem-estar. Na mesma linha de pensamento, também Halim et al. (2021), referem que o TE contribui para que haja um equilíbrio entre o corpo, a mente e o espírito, ou seja, este tipo de turismo caracteriza-se por ser uma viagem em busca de um propósito de vida. Além disso, assume-se que pode ou não ter uma relação com a religião (Halim et al., 2021).

Jasrotia et al. (2021:62) afirmam que o TE é “uma intervenção reflexiva de bem-estar, impulsionada pela sensação de que algum aspeto da vida quotidiana necessita de ser corrigido ou melhorado, e orientada para o espaço de não trabalho e lazer fora de casa, onde tais problemas podem ser alvo de total atenção”. Robledo (2015) menciona que uma viagem é muitas vezes considerada como um processo de aprendizagem relativamente à vida e pode ser um exercício de autoconstrução ou autorrealização do indivíduo. No fundo, o TE refere-se a uma viagem que tem uma motivação relacionada com autodescoberta, onde o objetivo central é a descoberta interior, ao contrário de uma viagem tradicional em que as pessoas sentem como principal motivação questões associadas à necessidade de interação com outras pessoas ou destinos turísticos. Podemos assim dizer que o objetivo principal de uma viagem espiritual será o de potenciar a reconexão com o próprio indivíduo.

Considerando a diversidade de abordagens possíveis no domínio do TE, neste estudo, concorda-se com Jaiswall e Duggal (2019: 200), que referem que “a religião é frequentemente entendida como um sistema organizado de crenças, práticas, rituais e símbolos [religiosos], enquanto a espiritualidade denota uma experiência privada, pessoal e interna”, eventualmente não organizada. Assume-se, assim, que ao contrário da identidade religiosa, a identidade espiritual de cada indivíduo é difícil de definir com precisão exatamente porque não envolve necessariamente um conjunto de regras e/ou práticas que os indivíduos subscrevem/adotam (Jaiswall & Duggal, 2019). Reconhece-se, porém, que as duas vertentes da espiritualidade (organizada/religiosa e não organizada/não religiosa) podem estar muito interligadas já que as religiões, historicamente, têm moldado vários aspetos das sociedades. Consequentemente, mesmo que indiretamente, a religião pode, em determinados contextos, contribuir para moldar aspetos da espiritualidade individual, mesmo que esta não esteja formalmente associada a uma religião específica.

Soares et al. (2024) concluem que a literatura em turismo tem dado mais atenção ao TE religioso, havendo menos análise científica das experiências de cariz não religioso. No

presente estudo pretende-se contribuir para colmatar essa diferença de atenção às duas vertentes do TE, focando o não religioso.

A revisão da literatura realizada acerca de estudos que se focam no TE (não religioso), permite-nos perceber que há uma concentração de estudos sobre a Índia, notando-se a necessidade de desenvolver estudos com dados de diferentes tipos de destinos, como destinos insulares mediterrânicos (Skinner & Soomers, 2019). Esta conclusão é reforçada pelo facto de que as ilhas, principalmente as de pequena dimensão, são capazes de proporcionar um espaço para que as pessoas se consigam afastar e isolar do quotidiano dos seus lugares de origem e que estes destinos insulares acabam por oferecer um contexto ideal para a ocorrência de transformações e fugas das suas rotinas diárias (Weaver, 2017; Jaiswall & Duggal, 2019; Wang & Blasco, 2022). Tal como Sheldon (2020) afirma, experiências a solo, realizadas em locais remotos, podem acabar por gerar uma profunda autorreflexão, efeito muito procurado no TE.

Uma vez que a análise dos estudos sobre os destinos espirituais permite concluir que o ambiente em que ocorrem as experiências de TE pode ser decisivo para a satisfação dos visitantes e para o sucesso dessas experiências, parece ser consensual a inevitabilidade da adoção de princípios de sustentabilidade nos produtos de TE. Este facto pode tornar particularmente atrativo o desenvolvimento deste produto em destinos frágeis como os insulares, uma vez que Walker e Leeb (2021) destacam que o desenvolvimento do turismo sustentável em destinos insulares é um assunto delicado e complexo. No entanto, é necessário estudar os fatores importantes para o contributo efetivo do TE para a sustentabilidade dos destinos onde se desenvolve, temática que se pretendeu explorar no estudo empírico apresentado nas próximas secções.

3. Metodologia

Tal como referido anteriormente, para o presente estudo recorreu-se à metodologia qualitativa. Muitos autores, como por exemplo Jasrotia et al. (2021) ou Bhalla et al. (2021), afirmam que esta metodologia permite compreender de forma aprofundada informações como os valores, pensamentos e sentimentos de uma pessoa, bem como as suas perceções.

A opção de analisar, como contexto, uma ilha dos Açores prende-se com o facto de este ser o destino insular português mais associado à sustentabilidade e por se identificarem características neste destino que, com base na revisão de literatura efetuada, poderão indiciar

um potencial interessante para o desenvolvimento do TE (ligação à natureza, ambiente pacífico e relaxado, ligação à comunidade local). Por este motivo, considerou--se interessante analisar se este produto estará já identificado como aliciante para o destino, se existem ofertas específicas deste produto, se estão a ser atraídos visitantes deste tipo e que estratégias poderão ser delineadas para os atrair, potenciando o papel que o turismo poderá ter no desenvolvimento sustentável deste local.

Para recolher os dados necessários ao presente estudo, recorreu-se a entrevistas não estruturadas, com um carácter mais exploratório, aos agentes de planeamento turístico dos Açores, e a entrevistas semiestruturadas aos agentes da oferta, durante a primavera/verão de 2023.

Iniciou-se o estudo empírico através da realização de três entrevistas não estruturadas, presenciais, de carácter exploratório e informal, a representantes de entidades envolvidas no planeamento do turismo nos Açores. Estas entrevistas funcionaram como ponto de partida do contacto com o contexto em estudo, tendo como objetivo obter uma visão macro sobre a abordagem político-institucional feita para este produto e também perceber como é que esta oferta (por ser relativamente recente) está a ser, ou não, integrada nas políticas, estratégias e operações dos agentes do setor público. Esta perceção será mais relevante se considerarmos estes agentes como zeladores de um processo de desenvolvimento integrado e sustentável para a região, especialmente considerando que se trata de um destino turístico certificado na área da sustentabilidade. Foi solicitada autorização para gravar as entrevistas e, sempre que foi dada essa permissão, procedeu-se à transcrição. Quando não houve permissão, a entrevistadora registou as ideias centrais transmitidas pelos entrevistados sob a forma de notas.

Num segundo momento, optou-se por realizar entrevistas semiestruturadas aos agentes da oferta - tipo de entrevistas que permite uma melhor exploração de muita informação, de forma mais estruturada, mas flexível (Sousa e Baptista, 2011). A técnica de amostragem utilizada para a seleção dos agentes da oferta foi a amostragem não aleatória intencional por conveniência e tipo bola de neve. Concretizando, num primeiro momento, começou por realizar-se pesquisas online (através do motor de busca Google, utilizando palavras-chave e combinações de palavras-chave, como “TE Açores”, “Zen Açores”, “Retiros Açores” “Meditação Açores”) de modo a identificar agentes da oferta com um website que indicassem desenvolver atividades diretamente relacionadas com a oferta de produtos de TE não religioso nos Açores. No decorrer das primeiras entrevistas foi questionado se esses

agentes tinham conhecimento de outros que oferecessem práticas semelhantes, para, a partir daí, se poderem contactar alguns dos agentes sugeridos. Das doze entidades contactadas, sete concordaram em colaborar no presente estudo.

Para a análise dos dados recorreu-se à análise de conteúdo. Numa primeira fase realizou-se a preparação e organização dos dados (transcrição e organização das notas das entrevistas). Em seguida, deu-se início à criação das categorias iniciais, recorrendo-se ao processo dedutivo, complementado, no decorrer da análise, com o indutivo. De acordo com Kastenholz et al. (2012), o processo de codificação das entrevistas é a fase em que se exploram os dados de forma individual (case by case analysis) e à qual se segue a comparação entre entrevistas (cross-case analysis). Este processo de comparação permitiu analisar a relação entre a literatura e o conteúdo das entrevistas, mas também identificar algumas contradições e inconsistências nas opiniões dos diferentes entrevistados (McCracken, 1988 citado por Kastenholz et al., 2012).

4. Resultados

4.1. Perceções das entidades relacionadas com o desenvolvimento do turismo nos Açores - abordagem exploratória

a. Caracterização da amostra

Como referido anteriormente, iniciou-se o estudo empírico através da realização de três entrevistas não estruturadas, de carácter exploratório e informal, a representantes das entidades envolvidas no planeamento do turismo nos Açores. Assim, auscultou-se a Direção Regional do Turismo do Serviço de Turismo de São Miguel, o Núcleo de Informação Turística da Ilha Terceira e o Observatório do Turismo dos Açores.

b. Identificação de ofertas relacionadas com o TE não religioso na ilha Terceira

Os entrevistados afirmam que conhecem alguns agentes com ofertas relacionadas com o TE não religioso nos Açores, mas que ainda não há procura cuja motivação principal é o consumo de atividades relacionadas com o TE. Admitem que, em termos institucionais/formais, o produto principal dos Açores são o turismo de natureza e o turismo ativo e desportivo, sendo que atividades associadas ao TE podem ser procuradas como complemento. No entanto, salientam que o produto em si não está estruturado, como ilustra o excerto a seguir:

“(…) pelo menos aqui para a ilha Terceira, que é a ilha que eu conheço melhor, **ainda não podemos falar de TE (…)** e **ainda não há ninguém que venha até aos Açores e até à ilha Terceira por motivação única fazer um retiro ou procurar alguma empresa que ofereça esse tipo de serviço**. Penso que as pessoas **poderão provavelmente procurar essa oferta, mas integrada dentro do seu programa de visitação à ilha.**” (E1).

Os entrevistados não tinham conhecimento de ofertas específicas desse tipo de turismo na ilha Terceira. Porém, mencionaram existir algumas aulas de yoga, mas muitas vezes não planeadas e grande parte das vezes dirigidas aos residentes. Quando identificavam alguma oferta/iniciativa que pudesse envolver turistas, referiam serem organizadas por pessoas individuais (como guias espirituais ou até mesmo médicos e alguns spas), em parceria com unidades de alojamento. Um dos agentes de planeamento mencionou que não conhecia quaisquer ofertas relacionadas com o TE na ilha Terceira, mas conhecia alguns agentes que ofereciam serviços desse tipo em outras ilhas, como no Pico, São Miguel e Faial.

c. O potencial da ilha para desenvolver o TE

As entidades entrevistadas acreditam que tanto a ilha Terceira, como todas as restantes ilhas do arquipélago, possuem potencial para desenvolver este tipo de turismo. Mencionaram que existem características fundamentais e únicas nos Açores para o desenvolvimento do TE, nomeadamente as suas paisagens, a natureza envolvente e a paz. Acrescentaram que consideram que existem infraestruturas que contribuem também para o potencial do produto – spas, furnas, termas. Além disso, reconhecem que cada vez mais as pessoas procuram por este tipo de turismo e que a procura por este tipo de atividades aumentará, devido a motivações relacionadas com a fuga ao stresse do dia a dia, o pós-pandemia e o desejo de estar consigo próprios.

Outra das entidades entrevistadas refere a existência de alojamentos que convidam, pela sua tipologia e ambiente, à criação de atividades de TE e que estes, de forma esporádica, oferecem este tipo de serviços. Contudo, refere que raros serão os turistas que se deslocam aos Açores com motivação única ou principal relacionada com TE, assumindo que os Açores terão um “percurso longo” e possivelmente demorado para desenvolver este tipo de turismo, já que dependerá da mudança de mentalidade das pessoas.

4.2. Perceções dos agentes da oferta

a. Caracterização da amostra

A amostra integra agentes da oferta sediados na ilha Terceira (2), em São Miguel (2), no Pico (1), no Faial (1) e em Lisboa (1), mas que organiza programas de TE em São Jorge. Existe um agente entrevistado que opera no setor de alojamento e animação turística, três agentes que operam no setor de animação turística e saúde e bem-estar, e por fim outros três agentes entrevistados que operam no setor de saúde e bem-estar. Grande parte destes agentes oferece atividades como por exemplo o yoga, a meditação, trilhos meditativos, conversas de partilha, mas principalmente atividades muito ligadas à natureza dos Açores. A frequência de programações relacionadas com o TE é variada. Existem três agentes que oferecem os seus serviços anualmente, três oferecem mais que uma vez por ano, sem regularidade fixa, e um que tem os seus serviços disponíveis ao longo do ano.

b. Mercados-alvo

Em relação ao mercado-alvo dos agentes da oferta, dois agentes afirmaram que o seu mercado-alvo são todas as pessoas que desejam participar nas suas atividades. Outro agente afirmou que o seu mercado-alvo são homens e mulheres de nacionalidade portuguesa dos 35 aos 50 anos, outro afirma que o seu mercado-alvo são homens e mulheres entre os 30-60 anos e entre os 50-60 anos com estabilidade financeira. Um quarto agente entrevistado afirma que os homens e as mulheres entre os 30 e os 60 anos são o seu público-alvo, enquanto um quinto agente afirma que se dirige a homens e mulheres que são praticantes de yoga ou mesmo todos os que ainda não tenham praticado esta atividade. Por fim, o mercado-alvo do sétimo agente da oferta entrevistado refere que o seu mercado-alvo são mulheres dos 18 aos 70 anos, dependendo das atividades oferecidas.

c. Perfil e motivações dos clientes

No que concerne ao perfil dos consumidores dos seus serviços, segundo o que referem, varia muito. Percebe-se, no entanto, que as mulheres participam mais neste tipo de atividades do que os homens, corroborando resultados de estudos anteriores (por exemplo: Wolf et al.,2017).

As motivações dos turistas que consomem este tipo de ofertas, tal como são percebidas pelos agentes da oferta entrevistados, acabam também por variar muito, sendo visível que estas ofertas são maioritariamente complementares à experiência turística principal planeada para a

ilha. Alguns agentes afirmam que os seus clientes procuram por uma experiência específica, complementar às suas férias.

São referidas, pelos agentes que promovem os retiros, motivações como procura por tempo de qualidade, com bem-estar, relaxamento, ligação à natureza, desconexão com o ritmo do dia a dia acelerado, corroborando, por exemplo, os resultados obtidos no estudo de Agarwal et al. (2021). Estes entrevistados percebem que os seus clientes procuram as suas ofertas porque buscam experiências com mais significado, pois como Hosany et al. (2022) afirma, atualmente, cada vez mais pessoas procuram experiências com um real significado durante a sua prática turística.

Duas entrevistadas, que oferecem retiros nos Açores, mencionaram que os seus clientes estão à procura/descoberta da sua própria pessoa: “(...) **As pessoas estão à procura de “porque é que eu estou aqui” ou “porque é que eu estou tão stressado?” ou “eu preciso uma pausa, qualquer coisa tem que mudar” ...**” (O5).

Estes resultados são coincidentes com os dos estudos desenvolvidos por Kumar et al. (2022), Gezon (2018) e Agarwal et al. (2021), que mencionam que atividades associadas ao TE permitem a procura por respostas ao propósito da existência, conduzindo ao autoconhecimento.

d. Efeitos percebidos nos clientes

Os efeitos mais identificados pelos agentes da oferta entrevistados, em relação aos seus clientes, são a calma, menos agitação, mais relaxamento, leveza e paz durante o consumo dos serviços: “(...) é que **sentiram um relaxamento brutal, sentiram uma energia muito boa, sentiram uma calma, uma serenidade**” (O1).

Além disso, foi também mencionada por alguns agentes uma melhoria na autoconfiança: “(...) **na autoconfiança, começam a ver as coisas de forma diferente ... o maior sucesso é a pessoa estar feliz consigo próprio**” (O3).

Dois entrevistados também relataram efeitos menos positivos sentidos pelos seus clientes durante e depois do consumo dos seus serviços. Estes efeitos colaterais estavam relacionados com o carácter do serviço (por exemplo, a terapia de Reiki), durante o qual pode acontecer algum choro ou cansaço. No entanto, estes efeitos não são normalmente considerados negativos, pois faz parte do “processo de libertação e de limpeza”, da descontração do próprio visitante. Outro efeito colateral, que por vezes os agentes referiram quando questionados sobre efeitos negativos, mencionado foi o facto dos clientes, depois de experienciarem as

atividades e todos os efeitos positivos do retiro, não conseguem implementar alterações quando regressam a casa, resultando em frustração: **“(...) pode ser o apego a este estado mental muito tranquilo, que depois as pessoas tentam replicar em casa, mas frustram-se por não conseguirem,** porque lá está, as condições externas são tão opressivas, comparado com uma situação de retiro que (...) **é muito difícil de replicar os mesmos resultados e por vezes resulta em frustração”** (O4).

Os agentes que mantêm contacto com os seus clientes depois de regressarem a casa (todos, exceto um), muitas vezes através das redes sociais, identificaram que os efeitos relacionados com a tranquilidade e transformação que sentiram nos clientes depois da realização das atividades (calma, pensamentos como levarem a vida mais direcionada a si próprios e ao seu bem-estar no dia-a-dia, a relação com a natureza), permanece depois da experiência, quando regressam a casa. Também o contacto com outras pessoas com quem partilharam aquela experiência intensa permanece.

Há ainda duas entrevistadas que referem que os clientes desenvolvem, depois de regressarem a casa, mais práticas associadas ao autoconhecimento. Esta evidência parece corroborar a afirmação de Sheldon (2020), de que o autoconhecimento propiciado pelas experiências transformadoras permite aos turistas contactarem com o seu verdadeiro eu, como refere a Entrevista O3: **“o autoconhecimento é das coisas que eu noto mais, quanto mais fazem, mais depressa identificam o que é que correu bem e menos bem, a forma como reagem”**.

e. Fatores de sucesso para a satisfação dos clientes

Quando questionados sobre os fatores de sucesso nesta área, os entrevistados mencionaram as pessoas que organizam as atividades e as pessoas que participam nas atividades, especificando a boa relação que deve existir no grupo. Estas dinâmicas ao nível das relações interpessoais, destacando a forma de relacionamento do prestador de serviços com o cliente, são identificadas como muito importantes na satisfação dos clientes:

“(...) sentires que há uma ligação muito grande com as pessoas...que as pessoas não são mais um cliente, que elas são especiais e que elas fazem parte do grupo, que sem elas a experiência não ia ser a mesma...o facto de elas perceberem isso que elas fazem parte da experiência, fazem parte da riqueza da experiência...” (O7).

A importância desta relação entre o prestador de serviço e o cliente já foi defendida por Rodrigo (2020), que afirma que para existir uma boa experiência neste tipo de produto

turístico é necessário haver partilha e que essas pessoas estabelecem fortes laços pessoais com os seus clientes.

f. Impactes do TE na ilha

Um dos impactes mais mencionados pelos agentes da oferta é o ambiental e as formas que utilizam para o tentarem minimizar. As ilhas são, efetivamente, destinos muito vulneráveis aos impactes ambientais. Contudo, os agentes entrevistados afirmam que têm preocupações a este nível e que tentam reduzir ao máximo a sua pegada ecológica, assim como a dos seus clientes, principalmente uma vez que todos realizam atividades na natureza e assumem que manter a integridade desse elemento é fundamental para o sucesso contínuo da sua atividade. Alguns exemplos de medidas que referem adotar para minimizar esses impactes são a reutilização de materiais e recursos já existentes, confeção de refeições vegetarianas, redução do desperdício, redução do plástico, controlo dos resíduos nas atividades e ainda a proteção dos animais que podem estar envolvidos nas atividades. Em relação à questão da capacidade de carga ambiental de uma área, os agentes da oferta mencionam ainda que têm um controlo sobre a quantidade de pessoas em relação ao espaço onde irão decorrer as atividades.

Contudo, em duas entrevistas aparece a preocupação com a possibilidade do aumento do número de turistas nas ilhas dos Açores, efeito que também é muitas vezes mencionado na literatura sobre destinos insulares (por exemplo, Monjardino, 2005 e Mazzola et al., 2022), já numa perspetiva de sustentabilidade não só ambiental, mas também sociocultural. Um entrevistado mencionou explicitamente a sua preocupação pelo facto de a sua atividade poder estar a contribuir de forma negativa para a vida da comunidade local. Um outro entrevistado referiu terem cuidados na regulação do consumo de álcool, para prevenir impactes ambientais e sociais negativos: **“retirarmos o álcool** permite-nos que no espaço não sejam criadas situações em que devido ao excesso de álcool ou ao consumo de álcool, estraguem o espaço envolvente e o ambiente [da atividade]” (O1). Ainda em relação aos impactes sociais, numa vertente de efeito positivo, um dos entrevistados refere que é importante a existência destas atividades pois acaba por influenciar, muitas vezes de forma positiva, a sociedade, no sentido de novas abordagens ao bem-estar.

Outro dos impactes mencionados pelos agentes da oferta (5) está relacionado com o impacte económico positivo que reconhecem de estabelecerem parcerias com outros agentes locais, como ilustra o excerto da entrevista O1: **“...o impacte económico ainda se insere muito nos parceiros que estão à volta do festival (...) em termos económicos temos feito também**

aqui uma tentativa de, através da marca do festival, podemos alavancar alguns negócios, por exemplo este ano fomos buscar algumas ideias criadas por pessoas da ilha, e não só, de outras ilhas [dos Açores](...)'’.

Esta parte das entrevistas permite concluir que os agentes entrevistados estão conscientes e preocupados com os diferentes tipos de impacto que a sua atividade pode trazer, o que leva a acreditar que são agentes que estarão realmente mais dispostos a controlar o seu nível de crescimento. Poderão ser agentes, eventualmente, até mais recetivos a estabelecer um nível máximo de turistas que recebem por ano, em prol da manutenção das características distintivas e mais frágeis do destino em que operam.

g. Potencial de desenvolvimento e desafios do TE nos Açores

Todos os agentes da oferta entrevistados afirmam que a Terceira apresenta potencial para que o TE seja desenvolvido, mencionando como fatores distintivos, principalmente, a natureza e a paisagem que potencia o ambiente calmo e a tranquilidade, como é possível verificar no seguinte discurso: **“Sim, a ilha oferece um ambiente calmo e tranquilo e uma natureza autêntica que pode ser explorada e utilizada para benefício dos participantes”** (O2).

Estas evidências parecem ir de encontro à conclusão de Bhalla et al. (2021) de que as paisagens e os cenários naturais podem despertar sentimentos que potenciam os benefícios procurados no TE.

Além disso, também é mencionada a própria “energia da ilha”, como uma potencialidade de desenvolvimento: **“Sem dúvida. [as ilhas] têm uma energia muito forte, só o estar na natureza, o ser guiado, o conhecer os elementos de uma certa forma, faz logo toda a diferença, sem dúvida que a Terceira tem uma energia fantástica”** (O3). Porém, alguns agentes da oferta declaram algumas preocupações e veem alguns desafios a esse desenvolvimento do TE. Um dos desafios mencionados foi a distância em relação ao continente, tal como também é referido por Nowacki & Kowalczyk-Anioł (2022) e Kelman (2021), como o constrangimento físico característico das ilhas. Outro dos aspetos mencionados é a realização de eventos em época baixa acarretar mais riscos, em termos do estado do tempo e os preços mais elevados, também mais associados às ilhas. Estas preocupações são resumidas no seguinte discurso:

“as pessoas que vivem nos grandes meios são as pessoas que mais precisam de momentos como o Pico Zen Festival, e elas estão distantes, e quando nós queríamos que um evento destes se desenrolasse numa época baixa, onde a probabilidade [frequência] dos

transportes são mais reduzidos, onde as intempéries são mais frequentes ... Eu notei muito este ano, que as pessoas foram, algumas delas foram muito motivadas pelo programa e pelas redes sociais, mas **depois foram bloqueadas pelos preços das viagens, portanto isso aí é sempre uma barreira enorme. ...** E depois tem aqui uma situação de intempéries não é, **temos de estar adaptados para caso haja vento e chuva, é tudo uma logística que só se resolve muitas das vezes no momento (...)** **são aquelas situações que nós temos que estar preparados e que ... são mais difíceis de ultrapassar”** (O1).

Além disso, a preocupação com o aumento do número de turistas é vista como um desafio, pois “desvirtua o caráter prístino das ilhas” (O4) associado aos Açores. Descrevem a preocupação que sentem quando verificam dificuldade em encontrar sítios sem turistas, mão de obra para a confeção de refeições, mas também sítios com preços e condições gerais acessíveis para a realização das atividades.

Em síntese, a Tabela 1 permite observar que existem algumas semelhanças entre as perceções dos diferentes tipos de entrevistados, já que tanto os agentes de planeamento, como os agentes da oferta, reconhecem a existência de potencial de desenvolvimento para realizar este tipo de turismo na Terceira (a presença de elementos naturais, o contacto com a natureza, como contexto envolvente da experiência turística espiritual é muito valorizado pelos entrevistados, tal como defende a literatura).

Tabela 1. Síntese das principais perceções dos diferentes tipos de entrevistados

Agentes de planeamento	Agentes da Oferta
<ul style="list-style-type: none"> • o produto não está estruturado • não conhecimento de ofertas específicas, estruturadas, de TE • potencial para desenvolver este tipo de turismo: <ul style="list-style-type: none"> • características fundamentais e únicas nos Açores para o desenvolvimento do TE • existem infraestruturas • cada vez mais as pessoas procuram por este tipo de turismo • pouca procura turística nos Açores com motivação única ou principal relacionada com TE 	<ul style="list-style-type: none"> • potencial para desenvolver este tipo de turismo: <ul style="list-style-type: none"> • a natureza e a paisagem • ambiente calmo e a tranquilidade • desafios: <ul style="list-style-type: none"> • isolamento insular (dificuldade de transporte) • aumento do número de turistas nas ilhas → dificuldade em encontrar sítios sem turistas • falta de mão de obra para a confeção de refeições • falta de sítios com preços e condições gerais acessíveis • conscientes e preocupados com os diferentes tipos de impactes (ambiental, sociocultural e económicos) que a sua atividade pode trazer → mais dispostos a controlar o seu nível de crescimento

<ul style="list-style-type: none"> • percurso longo e demorado para desenvolver o TE → principal entrave: “mentalidade das pessoas” nas entidades responsáveis pelo planeamento dos produtos turísticos 	<ul style="list-style-type: none"> • perceções sobre clientes: <ul style="list-style-type: none"> • mulheres participam mais do que os homens • motivações: procura por tempo de qualidade, bem-estar, relaxamento, ligação à natureza, desconexão com o ritmo do dia a dia; autoconhecimento; experiências com significado • ofertas maioritariamente complementares à experiência turística principal planeada para a ilha • efeitos das experiências: calma, relaxamento, leveza e paz; melhoria na autoconfiança; efeito negativo de frustração • efeitos relacionados com a tranquilidade e transformação permanecem depois da experiência • contacto com outras pessoas com quem partilharam aquela experiência intensa permanece depois da experiência • fatores de sucesso: relações interpessoais geradas durante a experiência (prestadores de serviço e grupo)
--	--

Fonte: Elaboração própria

5. Conclusão

A revisão de literatura contribuiu para a construção de um quadro teórico da presente investigação, possibilitando chegar a uma primeira conclusão de que se trata de um tema emergente, em que já começa a existir alguma literatura científica. Outra das conclusões da revisão de literatura realizada, é que as viagens podem ser estímulos que possibilitam ao turista encontrar algum significado pessoal para a sua vida (Kainthola et al., 2021). No entanto, foi possível concluir que existe um potencial muito interessante de integração das questões de sustentabilidade, em diferentes dimensões, no desenvolvimento do TE.

Em Portugal Continental já existem algumas ofertas de TE - é possível encontrar vários retiros no país, direcionados para o bem-estar mental e espiritual, mas também agências de viagens ou operadores ou alojamento que, só pela sua localização, acabam por convidar as pessoas a imergir em si próprias e em atividades facilitadoras dessa imersão. No entanto, ao nível da política sectorial, o TE não é abordado nem está estruturado em termos de produto turístico. Nos Açores também já se verifica o aparecimento de algumas ofertas direcionadas para o TE, mas são poucos os agentes que facilitam estas atividades e essas fazem-no de forma pouco estruturada, como destacam os agentes de planeamento turístico entrevistados.

Os resultados das entrevistas mostram que tanto os agentes de planeamento, como os agentes da oferta, reconhecem a existência de potencial de desenvolvimento para realizar este tipo de

turismo na Terceira. Estes dados permitem concluir que o ambiente das experiências de TE pode ser decisivo para a satisfação dos turistas e também para o sucesso dessas experiências. Aspectos como a pureza, a tranquilidade e a beleza dos Açores, são também mencionados como fatores potenciadores da experiência de TE, enriquecida com a componente social, nomeadamente, a hospitalidade e o acolhimento dos açorianos.

Todavia, apesar da existência de potencialidades, há poucas evidências quanto à existência de uma oferta estruturada e suportada por orientação institucional, como acontece com outros domínios da oferta - só são mencionados dois agentes da oferta a realizar este tipo de atividades na Terceira, e de forma não regular. Dois agentes entrevistados dizem que têm conhecimento de outros, e até alguns hotéis, que oferecem produtos relacionados com o bem-estar espiritual, mas não são ofertas divulgadas. Esta evidência pode ser uma pista da importância do desenvolvimento do TE, mais concretamente também ao nível do investimento em estruturação e promoção destas ofertas.

As entrevistas aos agentes da oferta permitiram concluir que as mulheres procuram mais estas atividades e as motivações para praticar TE estão principalmente ligadas ao relaxamento, fuga ao stress e à rotina, bem como procura do autoconhecimento, corroborando estudos anteriores.

Relativamente aos fatores de sucesso, o fator mais mencionado são as pessoas. A relação e a cumplicidade/intimidade criada no grupo parecem ser fundamentais, aspectos para os quais o papel do prestador de serviços será decisivo.

Acresce que é evidente a preocupação dos agentes da oferta com os diferentes tipos de impacto que a sua atividade pode trazer para o destino, procurando preservar as características distintivas e frágeis do mesmo.

Embora os Açores sejam conhecidos pela sua natureza e pelo vasto leque de ofertas de atividades turísticas com ela relacionadas, aponta-se a falta de promoção e divulgação como uma das questões essenciais a mencionar relativamente à oferta de TE – a existente não é promovida, também, aparentemente, por não integrar a oferta “típica” dos Açores. Mesmo através das entrevistas exploratórias conseguiu-se perceber que a imagem pretendida para os Açores é relacionada com produtos mais ativos (turismo de natureza, turismo desportivo e turismo náutico), não sendo diretamente valorizadas pelas estruturas de planeamento, a vertente passiva, de bem-estar ou contemplação.

Considerando que se prevê um crescimento da oferta e da procura do TE, a nível nacional e internacional, pretende-se que esta investigação estimule novas reflexões relacionadas com a sustentabilidade do desenvolvimento de TE, particularmente nos Açores. Especificamente, sugerem-se estudos que explorem as perceções da procura de TE em destinos insulares e que comparem os impactos do TE com outros tipos de produtos, em termos de sustentabilidade. Igualmente pretende-se que contribua para expandir a compreensão/conhecimento que os agentes do sector têm sobre o TE, mas também reconheçam os desafios ao seu desenvolvimento.

Agradecimentos

Este trabalho foi financiado por fundos nacionais através da Fundação para a Ciência e Tecnologia, no âmbito do projeto UIDB/00057/2020.

Referências bibliográficas

- Agarwal, A., Kapoor, K. & Walia, S. (2021). Impact of social media on spiritual tourism in India: An SEM analysis of the critical factors impacting on decision making. *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage*, 9:5 (10), 96-107. Doi: <https://doi.org/10.21427/1SCQ-MC52>
- Bhalla, R., Chowdhary, N., & Ranjan, A. (2021) Spiritual tourism for psychotherapeutic healing post COVID-19. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 38:8, 769-781. Doi: <https://doi.org/10.1080/10548408.2021.1930630>
- Choe, J., & O' Regan, M. (2020). Faith Manifest: Spiritual and mindfulness tourism in Chiang Mai, Thailand. *Religions*, 11, 1-15. Doi:10.3390/rel11040177
- Collins-Kreiner, N. (2020). Pilgrimage tourism-past, present and future rejuvenation: a perspective article. *Emerald Publishing Limited*, 75 (1), 145-148. Doi: 10.1108/TR-04-2019-0130
- Gezon, L. (2018). Global scouts: youth engagement with spirituality and wellness through travel, Lake Atitlán, Guatemala. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 16:4, 365-378. Doi: 10.1080/14766825.2017.1310217

- Halim, M., Tatoglu, E., & Hanefar, S. (2021). A review of spiritual tourism: a conceptual model for future research. *Tourism and Hospitality Management*, 27, 119-141. Doi: <https://doi.org/10.20867/thm.27.1.8>
- Hosany, S., Sthapit, E., & Björk, P. (2022). Memorable tourism experience: A review and research agenda. *Psychology & Marketing*, 39, 1467–1486. Doi: <https://doi.org/10.1002/mar.21665>
- Jaiswall, P., & Duggal, C. (2019). When the ghats call: An exploration of the spiritual identity development of Non-Indian visitors in the landscape of Varanasi. *National Academy of Psychology*, 64 (2), 200–212. Doi: <https://doi.org/10.1007/s12646-019-00489-z>
- Jasrotia, A., Choudhary, P., & Kour, P. (2021). Exploring the motivations of millennials opting for temple stays in India. *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage*, 9:5 (7), 60-70. Doi: <https://doi.org/10.21427/ZPPC-DX28>
- Kainthola, S., Chowdhary, N., Kaurav, R., & Tiwari, P. (2021). Motivations of urban millennials for spiritual Travel in India. *Tourism Recreation Research*, 1-17. Doi: 10.1080/02508281.2021.2008210
- Kastenholz, E., Lima, J., & Sousa, A.J. (2012). A metodologia qualitativa no estudo da experiência turística em contexto rural: o caso do Projeto ORTE, GOVCOPP Tourism Working Paper No.1/2012
- Kujawa, J. (2017). Spiritual tourism as a quest. *Tourism Management Perspectives*, 24, 193–200. Doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.tmp.2017.07.011>
- Kumar, S., Gupta, S., & Asthana, S. (2022). Determinants of spiritual tourism consumption: A hierarchical approach. *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage*, 10: 2 (9), 78-93. Doi: <https://doi.org/10.21427/t97s-s131>
- Mazzola, F., Pizzuto, P., & Ruggieri, G. (2022). Tourism and territorial growth determinants in insular regions: A comparison with mainland regions for some European countries (2008–2019). *Papers in Regional Science*, 101, 1331–1382. Doi: 10.1111/pirs.12701
- Monjardino, I. (2005). *Indicadores de sustentabilidade do turismo nos açores: O papel das opiniões e da atitude dos residentes face ao Turismo na Região*. 1º Congresso de Desenvolvimento Regional de Cabo Verde (1366-1399). Disponível em <http://www.apdr.pt/congresso/2009/pdf/Sess%C3%A3o%2014/29A.pdf>

- Norman, A., & Pokorny, J. (2017). Meditation retreats: Spiritual tourism well-being interventions. *Tourism Management Perspectives*, 24, 201–207. Doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.tmp.2017.07.012>
- Nowacki, M., & Kowalczyk-Anioł, J. (2022). Experiencing islands: Is sustainability reported in tourists' online reviews?. *Journal of Ecotourism*, 1-22. Doi: <https://doi.org/10.1080/14724049.2022.2041648>
- Poggendorf, L. (2022). New paradigm of spiritual tourism: Adding an important layer to Sustainable tourism. *WIT Transactions on Ecology and the Environment*, 256, 65-76. Doi: 10.2495/ST220061
- Robledo, M. (2015). Tourism of spiritual growth as a voyage of discovery. *Tourism Social Science Series*, 20, 71- 86. Doi: <http://dx.doi.org/10.1108/S1571-504320150000020009>
- Rodrigo, M. (2020). La Búsqueda Espiritual A Través Del Turismo. Su Articulación Desde El Lado De La Oferta. *Cuadernos de Turismo*, 45, 13-32. Doi: <https://doi.org/10.6018/turismo.426021>
- Sheldon, P. (2020). Designing tourism experiences for inner transformation. *Annals of Tourism Research*, 83, 1-12. Doi: <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102935>
- Soares, N.; Lima, J. & Borges, M.R. (2024). Spiritual Tourism: A Literature Review to Encourage Reflection on Emerging Concerns. *Tourism*, 72 (4), pp. 660-672. <https://doi.org/10.37741/t.72.4.12>
- Sousa, M., & Baptista, C. (2011). *Como fazer investigação, dissertações, teses e relatórios segundo Bolonha*. 2ª edição. Lisboa: PACTOR. ISBN: 978-989-693-001-1
- Wang, S., & Blasco, D. (2022). East meets West: Spiritual tourism in Chinese protected areas. *Annals of Tourism Research Empirical Insights*, 3, 1-10. Doi: <https://doi.org/10.1016/j.annale.2022.100035>
- Wang, S., Blasco, D., Hamzah, A., & Verschuurene, B. (2023). Tourists and 'philosophers': Nature as a medium to consciousness and transcendence in spiritual tourism. *Annals of Tourism Research*, 99, 1-13. Doi: <https://doi.org/10.1016/j.annals.2023.103543>