



**Universidade de Évora - Escola de Ciências Sociais**

Mestrado em Turismo e Desenvolvimento de Destinos e Produtos

Dissertação

**Estudo Exploratório Sobre o Potencial do Turismo Espiritual  
no Alentejo**

Márcia Mariano Naimayer

Orientador(es) | Joana Lima

Maria do Rosário Borges

Évora 2023

---

---

---

---



**Universidade de Évora - Escola de Ciências Sociais**

Mestrado em Turismo e Desenvolvimento de Destinos e Produtos

Dissertação

**Estudo Exploratório Sobre o Potencial do Turismo Espiritual  
no Alentejo**

Márcia Mariano Naimayer

Orientador(es) | Joana Lima  
Maria do Rosário Borges

Évora 2023

---

---

---

---



A dissertação foi objeto de apreciação e discussão pública pelo seguinte júri nomeado pelo Diretor da Escola de Ciências Sociais:

Presidente | Áurea Rodrigues (Universidade de Évora)

Vogais | Joana Lima (Universidade de Évora) (Orientador)  
Noémi Marujo (Universidade de Évora) (Arguente)

**Título:****Estudo Exploratório sobre o Potencial do Turismo Espiritual no Alentejo****RESUMO**

Atualmente tem-se feito uma reflexão sobre os conceitos de espiritualidade em relação ao tradicional conceito ligado as religiões. A visão moderna de espiritualidade, relacionada ao autoconhecimento e contacto com o eu interno é apontada em diversos artigos. Menciona-se o turismo espiritual como forte potencial de desenvolvimento sustentável e económico das comunidades onde estão inseridos estes destinos, pois esta tipologia turística cresce a cada ano. O objetivo deste estudo é identificar as motivações e o perfil do turista espiritual em Portugal, bem como analisar algumas ofertas do turismo espiritual no Alentejo e potencial desta região para desenvolvimento do produto. Este estudo foca-se nas práticas espirituais não religiosas, onde a motivação para viajar seja a autorrealização, contacto com o âmbito mais profundo do seu ser, busca de resinificações para a vida, bem-estar interior, dentre outras enunciadas na literatura de referência desta pesquisa. A partir da revisão de literatura optou-se por uma metodologia qualitativa para contemplar os objetivos desta dissertação. Fizeram-se 9 entrevistas a turistas referente a fase anterior a viagem e 8 entrevistas aos turistas, que participaram na primeira fase, referente a parte posterior a viagem. Além disto fizeram-se entrevista a 2 agentes da oferta deste tipo de atividades, bem como se conduziu uma análise exploratória a alguns websites de ofertas existentes. A partir dos dados coletados desta investigação percebe-se a região do Alentejo com potencial para atrair ainda mais este turista, uma vez que esta região tem as características mencionadas como motivação do turista espiritual: património material e imaterial preservado, ambiente natural genuíno e preservado, com a predominância de um estilo de vida mais desacelerado. Pretende-se com este trabalho aumentar os estudos sobre o tema e auxiliar no desenvolvimento deste tipo de turismo no Alentejo.

**Palavras-chave:**

Turismo espiritual, motivação, bem-estar interior, perfil, espiritualidade

**Title:** Exploratory Study on the Potential of Spiritual Tourism in Alentejo

## **Abstract**

Currently, a reflection has been made on the concepts of spirituality in relation to the traditional concept linked to religions. The modern view of spirituality, related to self-knowledge and contact with the inner self, is pointed out in several articles. Spiritual tourism is mentioned as a strong potential for sustainable and economic development of the communities where these destinations are located, as this type of tourism grows every year. The objective of this study is to identify the motivations and profile of the spiritual tourist in Portugal, as well as to analyze some offers of spiritual tourism in Alentejo and the potential of this region for product development. This study is focused on non-religious spiritual practices, where the motivation to travel is self-realization, contact with the deepest scope of your being, search for new meanings for life, inner well-being, among other statements in the reference literature. of this research. From the literature review, a qualitative methodology was chosen to contemplate the objectives of this dissertation. There were 9 interviews with tourists referring to the previous phase of the trip and 8 interviews with tourists who participated in the first phase, referring to the later part of the trip. In addition, 2 interviews were conducted with tourists and X with agents offering this type of activity, as well as an exploratory analysis of some existing sites offering offers. From the data collected in this investigation, the Alentejo region has the potential to attract even more this tourist. This region has the characteristics mentioned as a motivation for the spiritual tourist: tangible and intangible heritage preserved, genuine and preserved natural environment, with a predominance of a slower lifestyle. The aim of this work is to increase studies on the subject and help in the development of this type of tourism in the Alentejo. From the data collected in this investigation, the Alentejo region has great potential to attract even more tourists.

### **Keywords:**

Spiritual tourism, motivation, inner well-being, profile, spirituality

## Agradecimentos

É com o coração emocionado que inicio os meus agradecimentos às pessoas mais importantes da minha vida, minha família. À minha mãe Noraí Elizabeth Mariano Naimayer, meu porto seguro, meu anjo da guarda, que durante toda a vida me inspirou com sua serenidade, retidão e o seu jeito Nírmala de ser. Gratidão ao meu pai Nei Grande Naimayer, que se encontra em algum lugar neste universo olhando por mim com seu amor, que me ensinou com sua personalidade forte a lutar para enfrentar os desafios diários com criatividade, esforço e perseverança. Ao meu irmão amado Marcos Mariano Naimayer, gratidão pela sua sabedoria, carinho e apoio, sempre me mostrando novas possibilidades nos momentos em que “meu olho não tem condições de enxergar”. Gratidão queridos, pela torcida e apoio, estamos longe na distância, mas unidos para sempre no coração. Estamos juntos, ou melhor, “tamo junto”.

Aos meus sobrinhos Rafael Nascimento Naimayer, Bianca Nascimento e Gabriel Saldanha de Oliveira, vocês são e sempre serão uma inspiração na minha vida.

Às minhas queridas “amigas irmãs” Evelin Hidalgo e Gisele Hidalgo, grata por mais de duas décadas na minha vida sempre disposta a estender a mão quando precisei. À Carmem, pelo convívio mesmo a distância física. Gurias vocês fazem parte disto também.

À querida amiga Louise Hoffmaister que também está na minha vida há mais de duas décadas. Gratidão pelos bate bolas, pelo apoio e acolhimento de sempre.

Às minhas queridas amigas que adquiri em Portugal, Luciana Alho, Cibele Kehl, Luciana Mendonça e Elis Oliveira, pelos belos momentos de alegrias.

Ao meu querido namorado pela compreensão, apoio e incentivo de sempre, você traz Luz a minha vida.

Meus enormes agradecimentos às minhas orientadoras Professora Doutora Joana Lima e à Professora Doutora Maria do Rosário Borges pela orientação, paciência e compreensão.

## ÍNDICE

Índice de figuras .....	7
Índice de Tabelas.....	8
1. INTRODUÇÃO .....	9
1.1 Relevância do Tema .....	9
1.2 Objetivos .....	11
1.3 Metodologia .....	11
1.4 Estrutura do Trabalho .....	13
2. ENQUADRAMENTO TEÓRICO .....	14
2.1. Turismo Espiritual.....	14
2.2. Espiritualidade e Religião: Conceptualização.....	14
2.3. Turismo Espiritual: Conceptualização e sua relação com o Bem-estar.....	16
2.4. Perfil e Comportamento do Turista Espiritual.....	18
2.4.1- Turismo Espiritual e Natureza .....	20
2.5. Motivações do Turista Espiritual .....	21
2.6. Conclusão .....	23
3. METODOLOGIA.....	24
3.1. Introdução .....	24

3.2. Metodologia Qualitativa .....	24
3.3. Metodologia de Recolha de dados.....	27
3.3.1. Técnica de amostragem .....	27
3.3.2. Instrumento de recolha de dados .....	27
3.3.3. Análise de dados.....	31
3.4. Conclusão .....	32
4. ANÁLISE DOS DADOS E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS .....	33
4.1 Introdução .....	33
4.1.1. Caracterização sociodemográfica e econômica .....	33
4.1.2. Comportamento da viagem .....	35
4.2. Perceções dos turistas depois da viagem.....	41
4.3 Dados referentes aos agentes da oferta .....	46
4.3.1. Caracterização da amostra de agentes da oferta entrevistados.....	47
4.3.2. Perceções dos agentes da oferta .....	51
4.4. Análise do potencial do Alentejo como destino de turismo espiritual .....	56
4.4.1. Caracterização do Alentejo .....	57
4.4.2 Sugestões para o desenvolvimento do turismo espiritual no Alentejo .....	60
5.CONCLUSÕES.....	63
5.1. Introdução .....	63



5.2. Principais Conclusões .....	63
5.3. Contribuições teóricas e práticas .....	65
5.4. Limitações do estudo .....	66
5.5. Sugestões para investigação futura .....	66
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	68
APÊNDICES .....	71
Apêndice 1 – Guião de Entrevista – Questões anteriores à viagem .....	72
Apêndice 2 – Guião de Entrevista – Questões posteriores à viagem .....	73
Apêndice 3 – Guião de Entrevista – Questões à oferta.....	74
Apêndice 5 – Entrevista relacionada ao momento posterior a viagem .....	78
Apêndice 6 – Exemplos de pesquisa no motor de busca Google.....	80

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 - Tendências do Futuro do Turismo .....	10
Figura 2 - Número de Artigos Publicados sobre Turismo Espiritual.....	12
Figura 3 - Metodologia geral utilizada para esta investigação.....	13
Figura 4 - Religião e Espiritualidade. ....	15
Figura 5 - Dimensões do Bem-estar .....	18
Figura 6 - Valores comuns da consciência transformada.....	22
Figura 7- Práticas Espirituais Alternativas .....	35
Figura 8- Mapa do Alentejo NUTIII.....	57

## ÍNDICE DE TABELAS

Tabela 1 - Conceitos de espiritualidade .....	16
Tabela 2 - Conceito de Turismo Espiritual.....	17
Tabela 3 - Vantagens, desvantagens e cuidados relacionados a metodologia qualitativa....	25
Tabela 4 - Metodologia de recolha de dados utilizadas para analisar o turismo espiritual. .	26
Tabela 5 - Justificação das perguntas do guião anteriores a viagem.....	28
Tabela 6 - Justificação das perguntas do guião depois da viagem.....	29
Tabela 7 - Justificação das perguntas do guião à oferta. ....	30
Tabela 8 - Dados sociodemográficos dos entrevistados. ....	34
Tabela 9 – Descrição das categorias relacionadas a motivação do turista espiritual. ....	36
Tabela 10 - Destino e duração da viagem. ....	40
Tabela 11 – Análise das citações do Monte Costa Raíz.....	48
Tabela 12: Análise das citações do web site a.ni.mo .....	50
Tabela 13: Dados do turismo no Alentejo.....	59
Tabela 14 - Potencialidades do Alentejo para o desenvolvimento do turismo espiritual. ....	62

# 1. INTRODUÇÃO

## 1.1 Relevância do Tema

Neste momento o mundo está sofrendo uma crise moral, social e económica e muitas pessoas estão procurando o bem-estar interior e a espiritualidade. A fuga da rotina acelerada dos tempos atuais, faz com que as pessoas procurem locais alternativos fora das suas casas para “recarregar as energias” e turismo é um dos meios para atingir este propósito (Partale, 2011).

No ano de 2013, a Organização Mundial de Turismo realizou a Conferência Internacional de Turismo Espiritual para o Desenvolvimento Sustentável, no Vietnã. Abordou-se especificamente o tema do Turismo Espiritual e a sua contribuição para o desenvolvimento sustentável das localidades e destinos onde está inserido (UNWTO-, 2013). Nesta conferência, Mr. Kai Partale mencionou no seu discurso que a “globalização e estilos de vida pressurizados num mundo em rápida mudança levam as pessoas a procurar fugir e a fazer uma pausa da sua vida estressante e materialista ao tentarem encontrar um equilíbrio trabalho/lazer e motivação” (UNWTO-, 2013:115).

Ressalta-se que o turismo tem um importante papel para satisfazer a necessidade dos viajantes de estarem em locais diferenciados do seu ambiente habitual, para buscar a realização espiritual e autoconhecimento (Jiang et al., 2018). Investigadores e a Organização das Nações Unidas abordam a importância do fenómeno global do turismo com o foco na espiritualidade, para promover o desenvolvimento socioeconómico sustentável nas comunidades locais. O respeito pelo meio ambiente e as culturas locais são aspetos importantes a considerar no perfil de viajantes adeptos deste tipo de turismo (Choe & O’Regan, 2020).

Segundo Wang et al. (2020), a atenção dos gestores de serviços de turismo espiritual ao perfil do turista e às suas necessidades, contribui para o desenvolvimento da oferta de serviços diferenciados para este mercado de viajantes. Considerar as motivações, possibilita um entendimento aprofundado das reais expectativas e necessidades deste turista espiritual.

O contacto com a natureza, massagens, yoga, integração com a cultura genuína do local são exemplos de fatores que impactam a dimensão emocional e psicológica do turista e assumem um papel crucial na sua fidelização, podendo culminar na escolha de regressar ao destino onde foram vivenciadas essas experiências (Mandal, 2016, por Vada, Prentice, & Hsiao, 2019).

Recentemente, o relatório publicado pela plataforma Booking.com (Booking, 2019) lançou o resultado de uma pesquisa global onde participaram 20.000 viajantes de 28 países. O relatório indica as tendências do futuro do turismo pós-covid-19. Na figura 1, que resume os resultados desse estudo, observa-se pontos em comum entre os interesses e motivações do turista espiritual (Jiang, Ryan, & Zhang, 2018).

Figura 1 - Tendências do Futuro do Turismo



Fonte: Booking, (2019)

A partir dos dados referenciados na Figura 1, destaca-se as preferências futuras do turista a respeito de destinos que proporcionem a busca espiritual. Este tema só recentemente passou a ser mais estudado. Até à atualidade, a maioria dos estudos eram relacionados com o turismo religioso. Mas há uma crescente necessidade de desenvolver mais investigação neste âmbito da espiritualidade, sem a rigidez das normas das religiões (Jiang et al., 2018).

A motivação para a escolha deste tema surge da experiência prática da pesquisadora como viajante espiritual, aliada à percepção adquirida ao longo desta formação, da necessidade de estudos neste âmbito envolvendo Portugal e a região do Alentejo. Um dos elementos motivacionais apontados nos artigos é a conexão com a natureza. Num momento em que se percebe um declínio do vínculo com as visões tradicionais do conceito de Deus, paisagens naturais oferecem uma sensação de contacto com um poder maior, trazendo um significado sagrado à natureza. A Região do Alentejo, com as suas paisagens naturais e cultura tradicional preservada, vai ao encontro da procura deste perfil de viajante (Sharpley & Jepson, 2011; Cheer, Belhassen, & Kujawa, 2017). Estes elementos, valorizados por estes viajantes, estão alinhados com algumas das metas do “Plano Turismo + Sustentável 20–23”, assumido pelo Turismo de Portugal. O investimento nesta tipologia turística, nas terras alentejanas, pode representar um incremento no desenvolvimento desta região alinhado com este plano nacional (Turismo de Portugal, 2020).

## 1.2 Objetivos

Essa dissertação, desenvolvida sob o título:

### **Estudo Exploratório sobre o Potencial do Turismo Espiritual no Alentejo**

, tem como objetivo identificar as motivações e o perfil do turista espiritual em Portugal, bem como analisar algumas ofertas do turismo espiritual no Alentejo e potencial desta região para desenvolvimento do produto. Para alcançar este objetivo, o estudo desenvolve-se sobre a seguinte questão: **Qual o perfil e as motivações dos turistas que viajam por motivos espirituais em Portugal?**

Tem-se como objetivos específicos nesta pesquisa:

- (i) Identificar o perfil socioeconómico do turista espiritual;
- (ii) Identificar as motivações do turista espiritual;
- (iii) Verificar como os agentes da oferta do Alentejo percebem este turista;
- (iv) Verificar ofertas existentes em alguns alojamentos que oferecem este tipo de turismo;
- (v) Apresentar sugestões para dinamizar o turismo espiritual no Alentejo.

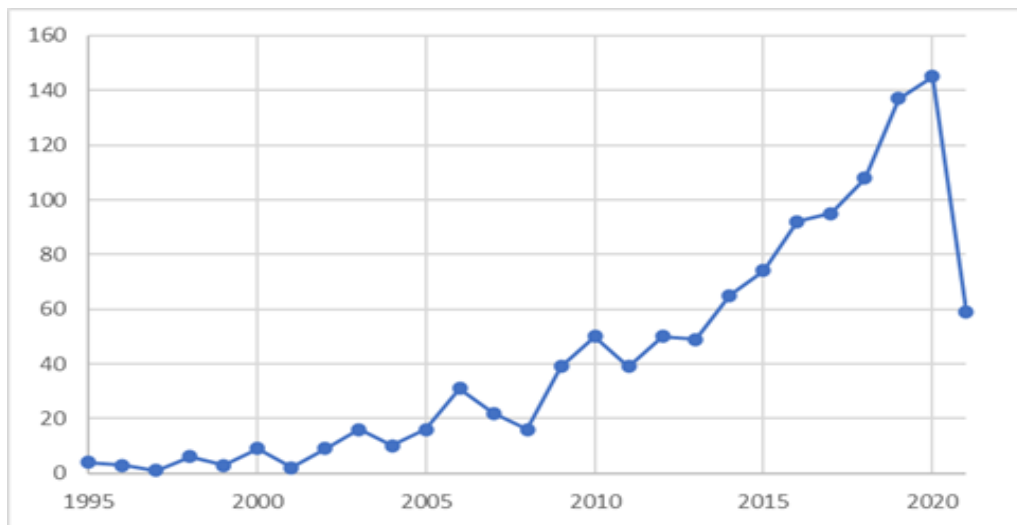
Ao abordar este tema, pretende-se contribuir para o acréscimo de estudos nesta área, bem como disponibilizar informações que auxiliem os agentes a melhorar a oferta deste tipo de turismo na região em análise.

## 1.3 Metodologia

Para a elaboração deste estudo, realizou-se uma revisão de literatura para identificar o que os estudos científicos mais recentes apontam a respeito dos conceitos de espiritualidade, religião e turismo espiritual. Esta revisão permitiu desenhar um estudo empírico sobre o perfil e a motivação destes turistas, bem como dar pistas sobre os fatores-chave a considerar para uma região como o Alentejo desenvolver este tipo de produto turístico.

A partir de uma pesquisa nos repositórios científicos e na base de dados especializada do SCOPUS, com as palavras chaves “Zen” AND “Tourism” e “spirit” AND “tourism”, foram encontrados 1167 artigos publicados entre 1998 até 2021 sobre este tema (Figura 2).

Figura 2 - Número de Artigos Publicados sobre Turismo Espiritual.



Fonte Elaboração própria

Apesar do aumento das pesquisas neste âmbito, os investigadores sugerem a realização de mais estudos nesta área, principalmente a partir da metodologia qualitativa, argumentando que este método tem mais eficiência para abordar com profundidade este tema (Singleton, 2017; Wang,Chen, Shi,& Shi,(2021;2020; Buzinde, 2020).

Na figura 3 apresenta-se uma síntese das etapas metodológicas desta dissertação, que se iniciou pela revisão de literatura, pesquisa e análise documental e escolha da metodologia a ser aplicada no estudo. A seguir iniciou-se o estudo empírico através da metodologia qualitativa. Fez-se a recolha de dados junto de turistas espirituais e agentes da oferta através de entrevistas, as quais foram gravadas e transcritas. Também se realizou a análise dos websites de oferta de turismo espiritual no Alentejo.

Figura 3 - Metodologia geral utilizada para esta investigação.



Fonte: Elaboração própria.

Na subsecção a seguir, será descrita a estrutura ao qual este trabalho está organizado.

#### 1.4 Estrutura do Trabalho

Este trabalho está organizado em seis capítulos. No presente capítulo (Capítulo 1) apresenta-se a relevância do tema, objetivos, metodologia e estrutura do trabalho. No capítulo dois apresenta-se o resultado da revisão de literatura sobre espiritualidade, religiosidade e turismo espiritual. Neste capítulo também se apresenta o resultado da sistematização dos estudos sobre o perfil e as motivações deste turista. A metodologia a utilizada para concretizar os objetivos desta dissertação é apresentada no capítulo três. Na quarta parte deste trabalho apresenta-se a análise e discussão de dados, caracterização da região do Alentejo e a análise do potencial da região alentejana como destino de turismo espiritual. O quinto capítulo apresenta as contribuições do estudo, limitações e sugestões para estudos futuros relaciona-se com a descrição do estudo empírico, com a aplicação da metodologia apontada no capítulo quatro e as análises dos dados coletados. No final, no capítulo 6, tem-se as referências bibliográficas.



## **2.ENQUADRAMENTO TEÓRICO**

### **2.1. Turismo Espiritual**

Neste capítulo é apresentada a fundamentação teórica deste trabalho. Inicialmente são apresentados os conceitos de religião e espiritualidade, suas divergências e intersecções. A seguir os conceitos de turismo espiritual e a sua relação com o conceito de bem-estar. Ao final aborda-se o perfil do turista com apontamentos sobre suas motivações, interesses, bem como o que lhe distingue do turista religioso.

### **2.2. Espiritualidade e Religião: Conceptualização**

Os conceitos de espiritualidade e religião surgem frequentemente interligados na literatura sobre turismo espiritual. Há autores que os abordam de forma diferenciada, comparando-os e clarificando as suas diferenças e afinidades (Cacioppe, 2000 por Jaiswal&Duggal,2019).

Segundo Jaiswal & Duggal (2019), a religião é frequentemente percebida como um sistema organizado, com rituais e símbolos religiosos. Figueiredo (2007,) refere que é formal e estruturado, no qual há normas a serem seguidas. Pode-se denominar religiosidade como *“um organizado sistema de crenças, práticas, rituais e símbolos designados a facilitar a aproximação com o sagrado”* (Figueiredo, 2007, p. 14)

Os autores apontam que ambas, espiritualidade e religião, têm valores humanos em comum, como altruísmo, empatia, preocupação com os outros. (Figueiredo, 2007). De acordo com diversos autores, a espiritualidade está relacionada com a necessidade de fuga e busca em relação à reflexão a respeito do sentido da própria vida (Moufakkir & Selmi, 2018).

De acordo com Norman (2011), citado por Moufakkir & Selmi (2018), a busca intencionada à espiritualidade se relaciona com as práticas religiosas. As sociedades continuam religiosas, porém as religiões se modificaram tornando-se menos institucionalizadas (Moufakkir & Selmi, 2018). Apesar das suas diferenças, espiritualidade e religião têm os seus pontos de intersecção (figura 4).

Figura 4 - Religião e Espiritualidade.



Fonte: Elaboração própria com base em Moufakkir & Selmi (2018).

Conforme Sharpley & Jepson (2011), *“espiritualidade é uma unidade com o mundo, clareza de pensamento. Apenas sentindo o melhor que posso ser. É qualquer tipo de conexão com o seu eu interior e com tudo o que está ao seu redor, seja vivo ou não”* (p. 10).

Nota-se um aumento da busca da realização espiritual, sem estar vinculado a instituições religiosas tradicionais. Alguns autores são da opinião que a oportunidade de vivências espirituais menos institucionalizadas proporciona uma sensação de mais liberdade e autonomia ao praticante (Jiang et al., 2018).

Tabela 1 - Conceitos de espiritualidade

Conceito de espiritualidade	Autores
Conexão com a natureza ou um ser superior. Busca pessoal continuada de significado e propósito na vida. Uma crença em um poder supremo.	Kale (2004) Moufakkir & Selmi (2018)
Fusão entre o sagrado e o eu. Pesquisa sobre si configurada como uma busca de autoaperfeiçoamento, os 'buscadores espirituais'.	Timothy & Conover (2006) Gilli & Palmisano (2021)
Encontro com a natureza, conexão com o eu, com os outros e com uma força superior, agregada ao cuidado e compromisso com uma possibilidade que é maior do que si mesmo.	Abdul Halim et al. (2021)
Sistemas de crenças individualizados, emprestados de origens seculares ou religiosas para gerar, identidades pessoais e sistemas de significação autodenominados por meio do lazer.	Heelas (1996) Norman (2011) Parsons et al. (2019)
Abordagem pessoal e aberta na inquirição de sentido e propósito na vida	Jaiswal & Duggal (2019)
Espiritualidade está dentro e adiante da religião, porque tem a mesma direção interna, mas busca afastar-se da religião.	Stausberg (2014)
Busca pessoal pelo entendimento de questões a cerca da vida, do seu significado, relação com o sagrado e transcendente, podendo ou não ou criar rituais religiosos e constituição de comunidades.	Curcio & Moreira-Almeida (2019)

Fonte: Elaboração própria

Na tabela 1 apresentou-se uma síntese dos conceitos de espiritualidade referenciados nos artigos que embasam este trabalho. Na subsecção a seguir serão apresentados os conceitos de turismo espiritual.

### 2.3. Turismo Espiritual: Conceptualização e sua relação com o Bem-estar.

De acordo com Norman & Pokorny (2017), o turismo espiritual está relacionado a uma prática do bem estar. Para mais fácil compreensão da relação entre turismo espiritual e bem-estar interior, elaborou-se a tabela 2, onde se apresenta uma lista sucinta de conceitos de turismo espiritual identificados na revisão da literatura sobre o assunto.

Tabela 2 - Conceito de Turismo Espiritual

Conceito de Turismo Espiritual	Autores
Nova expressão do turismo de peregrinação, onde “espiritualidade” se torna uma versão pós-moderna da religiosidade.	Bowers & Cheer (2017).
Intervenção reflexiva de bem-estar impulsionada pela necessidade de corrigir ou melhorar a vida cotidiana, através do deslocamento para o local de não trabalho e lazer fora de casa.	Norman & Pokorny (2017)
Oportunidade de vivências espirituais não institucionalizadas, que proporcionam uma sensação de mais liberdade.	Jiang et al ( 2018)
Experiência que contempla uma transformação pessoal e a necessidade de encontrar um significado, um propósito de vida, sem seguir regras e formalidades associadas às religiões.	Kujawa (2017)
Uma busca pela experiência de transcendência e conectividade com o propósito de transformação pessoal, buscando a plenitude interna.	Kujawa (2017)
Um projeto auto consciente de aperfeiçoamento espiritual.	Moufakkir & Selmi (2018)
Um mecanismo de fuga; onde o indivíduo pode interromper e reverter as práticas cotidianas da existência e simultaneamente, tentar encontrar a autenticidade que se perdeu com o estilo da vida moderna.	Gezon (2018)
As viagens empreendidas para a realização ou desenvolvimento de espiritualidades não religiosas ou autoproclamadas.	Singleton( 2017)
Uma busca individual pelo propósito da vida, para alcançar o equilíbrio corporemente-alma com o intuito de explorar a vida além de si mesmo a partir e através da viagem.	Norman (2012) Smith, Macleod e Robertson (2010) Wilson, Macintosh e Zahra (2013) Abdul Halim et al. (2021)
O turismo espiritual pode ser definido como uma intervenção reflexiva de bem-estar impulsionada pelo sentido de que alguns aspetos da vida cotidiana precisam ser melhorados e orientado para o espaço de não trabalho em casa, onde tais problemas podem receber atenção total.	Choe & O’Regan (2020)
Jornada ao autoconhecimento e contacto com o eu interno, sem os formalismos de uma religião.	Moufakkir & Selmi (2018) Gilli & Palmisano ( 2021)

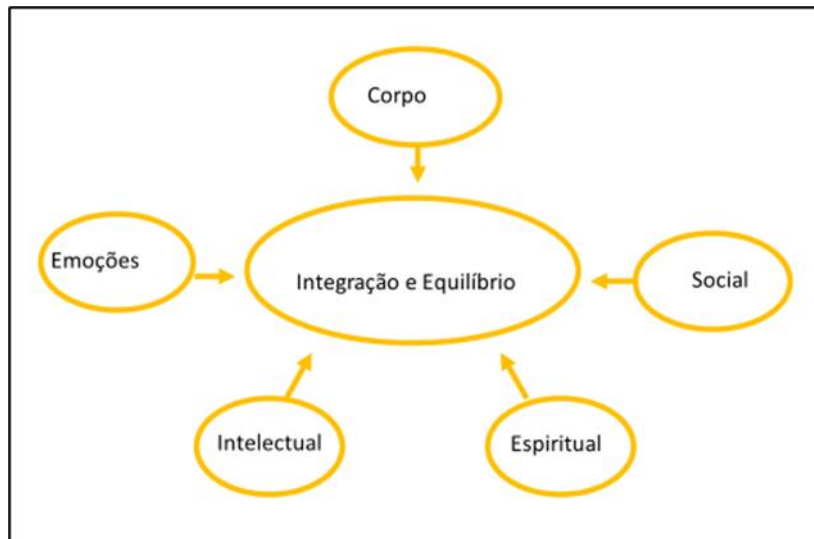
Fonte: Elaboração própria.

Bem-estar refere-se à integração entre espírito, corpo e mente, que proporciona uma sensação de integralidade, o sentir-se pleno. Gira em torno do hedonismo: apreciação imediata do momento (alegria e prazer). Eudemonismo é referido como a experiência profunda de gratidão e satisfação com a vida ( Dillette, Douglas, & Andrzejewski,, 2019).

Também se refere que o componente espiritual do bem-estar representa *“uma crença em uma força unificadora, integradora entre mente e corpo ou uma percepção positiva de sentido e propósito na vida”* (Adams; Bezner; Steinhardt,1997, p.210 citado por Gulfke Reis,2007, p.235).

A figura 5 apresenta as dimensões do bem-estar citada por um dos pesquisadores que embasam o enquadramento teórico deste trabalho.

Figura 5 - Dimensões do Bem-estar



Fonte: Elaboração própria baseada em Sheldon (2020)

A partir dos apontamentos apresentados nesta subsecção, percebe-se uma estreita relação entre turismo espiritual e bem-estar interior. Na secção seguinte aborda-se o perfil e comportamento do turista espiritual.

#### 2.4. Perfil e Comportamento do Turista Espiritual

A deslocação de indivíduos pelo mundo, por motivos de espiritualidade e religião, acompanha a história da humanidade (peregrinação). Peregrino é aquele que empreendeu uma viagem até um local sagrado, seja qual for sua motivação (Amaro, Antunes, & Henriques, , 2018). É um fenómeno comum entre as grandes religiões (budismo, cristianismo, hinduísmo, islamismo e judaísmo) (Kim, Yilmaz, & Ahn , 2019).

Ao longo dos últimos anos, mesmo nos locais de prática de peregrinação religiosa, tem-se identificado a presença do turista espiritual, cujas motivações vão desde a resinificação do seu dia a dia, passando pela busca do bem-estar integral, à fuga da agitação da vida quotidiana.

Procuram a experiência espiritual livre das amarras institucionais e estruturais das religiões. Alguns autores referem este fenómeno como a “revolução espiritual”. Atualmente estes locais de peregrinação têm a possibilidade de proporcionar interações diversificadas aos visitantes em peregrinação, sobretudo se abrangem as religiões orientais (Progano, Kato, & Cheer,, 2021; Moufakkir & Selmi, 2018; Gilli, & Palmisano, 2021).

Em retiros em templos budistas, por exemplo, tem-se a participação dos seguidores tradicionais e daqueles turistas espirituais que buscam a autorrealização, encontro com o seu eu, conexão com a natureza, bem como a integração com a comunidade local onde estão estes destinos, mas não são budistas ortodoxos (Wang, Luo, Huang, (Sam) & Yang, (2020)).

Esta mudança também tem sido notada em locais como o tradicional Caminho de Santiago, que originalmente tinha fins religiosos com critérios católicos, e hoje acolhe viajantes que buscam ressignificar as suas vidas, aliviar o stress e conectar-se com a sabedoria interior sem vínculos com dogmas religiosos (Choe & O'Regan, 2020). É uma viagem física em busca do encontro com o eu, para fugir das pressões do dia a dia com um intuito de perceber o propósito da vida, onde o viajante tem liberdade de se relacionar com o sagrado a partir dos seus próprios paradigmas (Moufakkir & Selmi, 2018).

Relaciona-se a procura de experiências transcendentais e de conexão com o todo, com o universo e natureza; a auto conscientização, bem-estar, revigoração para a harmonia integral do corpo, mente e emoções (UNWTO-, 2013).

Kujawa (2017) cita os arquétipos da Jornada do Herói de Campbell (1973) como uma referência das etapas da jornada do viajante espiritual. Um estímulo inicial que muitas vezes pode ser um desconforto, uma insatisfação, descontentamento com a vida diária a motivação para início da 'jornada'.

O turista espiritual é considerado o viajante que aprecia o processo de interação comunitária, principalmente com a cultura e moradores locais (Cheer et al., 2017; Vada et al., 2019). Preza os cuidados com a natureza, pois a vê como uma fonte de equilíbrio, paz interior e conexão com o 'Divino'. Prefere lugares serenos e afastados do ritmo acelerado urbano. Além disto, estudos apontam a predominância do público feminino, de meia-idade, neste tipo de viagem (Choe & O'Regan, 2020; Dillette et al., 2019; Gezon, 2018; Jaiswal & Duggal, 2019; Jiang et al., 2018; Moal-Ulvoas, 2017; Singleton, 2017; Moufakkir & Selmi, 2018, Gilli & Palmisano, 2021).

Prozano et al. (2021) e Jaiswal & Duggal (2019) citam que podem ocorrer diferenças entre turistas espirituais nacionais e internacionais, tanto na interação com o destino, como em relação ao tempo de estada. Este tipo de viajante possui uma expectativa mais elevada em relação a sua experiência, em comparação a outros tipos de turistas (Gilli & Palmisano, 2021).

Refira-se que os valores cobrados pelos gestores destes destinos, vem tornando-se em alguns casos, a causa da elitização do turismo espiritual, o que faz com que boa parte dos participantes sejam de uma classe social mais alta e com um nível de escolaridade maior, e em alguns estudos isto é apontado como um ponto negativo, pois pode ser causa do aumento do custo de vida para os moradores locais, quando este destino começa a ter grande procura. (Gezon, 2018).

### 2.4.1- Turismo Espiritual e Natureza

Os estímulos sensoriais contribuem para o aumento da consciência do indivíduo de um contato mais amplo com ambiente ao seu redor, proporcionando uma inspiração espiritual (Sharpley & Jepson, 2011).

Segundo Heintzman (1999) citado por Sharpley & Japson (2011), a natureza é vista como uma grande fonte de bem-estar interior. Sensações de contentamento e harmonia despertados pela percepção da conexão com a natureza, são fatores motivadores para este viajante espiritual contemporâneo. Para Sheldon (2020), lugares com essa característica são muito procurados para retiros espirituais, pois a natureza pode facilitar experiências de atenção plena e conexão interior.

Sensações profundas de pertencimento e sentimentos harmoniosos, são vistas como uma fonte revigorante e restauradora gerando uma atmosfera e um ambiente de bem-estar marcante para o turista. Turistas relatam que as paisagens naturais facilitam o sentir-se parte da natureza e de algo maior, auxiliam na percepção do silêncio e a tranquilidade interior proporcionando um ambiente propício para a reflexão profunda (Moal-Ulvoas, 2017; Moufakkir & Selmi, 2018; Rahmawati et al., 2019; Wang et al., 2020; Prozano et al., 2021).

As 'amenidades naturais' são bens valiosos para gerar um turismo que se adeque ao perfil de viajante em estudo, referenciando-se a importância dos gestores locais e agentes turísticos estarem atentos às motivações destes viajantes dando atenção à sustentabilidade e à responsabilidade social (Moufakkir & Selmi, 2018; Gezon, 2018; Rahmawati, Jiang, Law, Wiranatha, & DeLacy, 2019; Wang et al., 2020; Prozano et al., 2021).

Para Vada et al. (2019) experimentar um ambiente que proporcione mais paz, sossego e relaxamento, é uma demanda frequente nos dias atuais. Paisagens naturais preservadas, atitudes sustentáveis, bem como a possibilidade de interagir com a cultura tradicional do local do destino, criam uma atmosfera propícia para o contacto com valores profundos como: paz, plenitude, percepção do aqui agora, sendo elementos importantes para o bem-estar interior e espiritual (Sharpley & Jepson, 2011; Cheer et al., 2017).

## 2.5. Motivações do Turista Espiritual

Sheldon (2020) chama atenção para a importância do estudo das motivações dos turistas espirituais. Conhecer o seu perfil, seus interesses e motivações, auxiliam os empreendedores e trabalhadores do turismo a proporcionarem produtos adequados para este público. Conhecer estes elementos, poderá auxiliar a indústria do turismo a reconhecer o seu potencial como fonte de inovação para fomentar a prosperidade das comunidades, bem como a revitalização dos destinos de oferta de turismo espiritual e bem-estar interior.

As motivações do turista espiritual contemporâneo giram em torno da procura por experiências e vivências espirituais, fora dos dogmas e regras das religiões; buscam soluções para os problemas do dia a dia, bem como dar novo significado às suas vidas. O anseio pelo autoconhecimento, autotransformação e um contacto profundo consigo mesmo, são das motivações dos turistas recorrentemente em estudos científicos (Buzinde, 2020; Gilli & Palmisano, 2021; Moufakkir & Selmi, 2018; Singleton, 2017).

O desejo de sentir-se parte do outro e de algo maior, leva este turista a deslocar-se além dos limites da sua morada, para vivenciar mais calma, quietude e reflexão sobre o propósito da vida (Gezon, 2018; Jaiswal & Duggal, 2019).

Observa-se um consenso na literatura de que o turista religioso difere do turista espiritual, pois este tem motivação por maior autonomia nas suas práticas para suprir as suas demandas de autoconhecimento, alívio do stresse, busca de uma resinificação da vida, bem como encontrar soluções para os seus problemas do dia a dia. Este turista demonstra um novo comportamento face à espiritualidade, relacionando-a mais com os princípios do auto inquirição, restauração, realização pessoal, melhoria da visão cognitiva e contacto profundo com o eu (Gezon, 2018; Jiang et al., 2018; Moufakkir & Selmi, 2018; Prozano et al., 2021; Singleton, 2017; Wang et al., 2020).

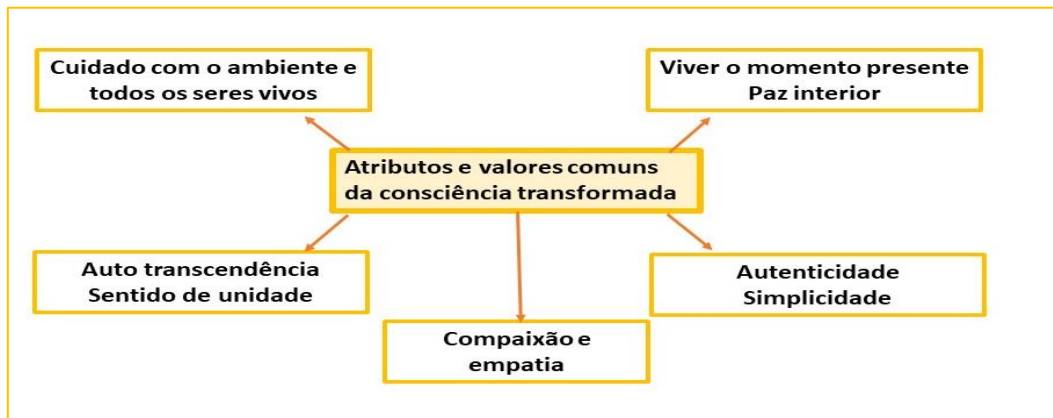
Observa-se que o turismo também é utilizado para qualificar o tempo de lazer do viajante e pode ter um significado simbólico de transição pessoal entre a rotina diária e uma fonte revigoradora que poderá contribuir para adicionar mais sentido e significado às suas vidas (Sharpley & Jepson, 2011). Robledo (2015) citado por Kujawa (2017) diz que o integrar-se num ambiente coletivo em grupos com o mesmo propósito e visão, torna-se um dos principais motivos para a escolha do deslocamento do indivíduo da sua realidade ordinária.

Para Lean (2012) citado por Sheldon (2020) todas as pessoas são transformadas interiormente em algum nível quando realizam uma viagem. No caso do turismo espiritual essa transformação é interior. A partir de um estado de inquietação, pode surgir a necessidade de introspeção e autotransformação, e o turismo tem sido um meio para este fim.



Dentre muitos atributos da consciência transformada do turista espiritual, identificam-se valores humanos como generosidade, harmonia interior, entre outros. A figura 6 apresenta alguns destes atributos em comum da consciência transformada (Sheldon, 2020).

Figura 6 - Valores comuns da consciência transformada



Fonte: Elaboração própria baseada em Sheldon (2020).

Revela-se que este viajante está disponível para atividades de lazer e recreação durante a sua “jornada”, desde que alinhadas com a sua rotina e com os valores da espiritualidade. Atividades que envolvam a valorização do patrimônio material e imaterial, capitalismo consciente e sustentável, bem como a interação com a comunidade das localidades são apreciadas pelo viajante espiritual (Progano et al., 2021; Wang et al., 2020b).

Ardika (2013) ao abordar o tema da espiritualidade, ética e turismo sustentável no século XXI, fez menção à relação entre o turismo espiritual e cultural. O turismo espiritual tem o potencial de auxiliar o desenvolvimento sustentável nas comunidades destino (WTO, 2013).

O plano Nacional de Turismo de Portugal destaca a seguinte frase: “Mais do que um desafio, é o caminho” (Turismo de Portugal, 2020, p. 1.). Esta frase faz referência à palavra caminho, que reporta a movimento, processos contínuos de avaliação, reajustes e transformação a serem realizados constantemente para a implementação deste plano. A palavra caminho também é recorrente no âmbito da espiritualidade. Processo similar se faz na mudança de consciência que implica autoavaliação, autoinvestigação constante.

A necessidade de realizar ‘jornadas` para localidades com estas características, traz uma oportunidade para os gestores turísticos mais atentos a este perfil (Kujawa, 2017). Pesquisadores recomendam a necessidade de conhecer mais este turista para que os gestores possam oferecer serviços diferenciados e adaptados às suas necessidades (Wang et al., 2020b).

Menciona-se que, para o futuro do turismo, alinhado com a sustentabilidade, é importante transmutar a consciência da humanidade. Atividades turísticas que proporcionem a experiência de conexão, com o humano e o meio ambiente contribuirão para este fator (Sheldon, 2020).

## **2.6. Conclusão**

A revisão de literatura deste capítulo inicialmente sistematizou-se os conceitos de espiritualidade, religiosidade. A seguir apresentou-se os apontamentos dos artigos científicos sobre o turismo espiritual, sua relação com o bem-estar interior finalizando com o perfil e comportamento do turista espiritual.

Conforme os estudos apresentados, há uma diferença entre o turista espiritual moderno e o tradicional peregrino religioso. Segundo Heela e Woodhead, por Kujawa (2017), o que pode diferenciar os turistas espirituais dos peregrinos tradicionais está na opção por experiências mais internas, do que demonstrações externas de fé.

Os diferentes artigos mencionados revelam que, mesmo que este viajante esteja em lugar de prática tradicional religiosa, como é o exemplo de retiros em templos budistas, há uma adaptação da interação com a prática, a fim de contemplar suas motivações fora da rigidez da rotina de prática tradicional. (Gezon, 2018; Jiang et al., 2018; Moufakkir & Selmi, 2018; Singleton, 2017). De acordo com Kujawa (2017) para o turista espiritual contemporâneo, dogmas religiosos são vistos como um entrave na autorrealização e no desenvolvimento espiritual.

Com relação ao comportamento e ao perfil do turista espiritual, percebe-se que a necessidade de fuga do stress do dia e da agitação da vida moderna, são gatilhos motivacionais para o início da jornada em busca de si mesmo, do autoconhecimento, reflexão e conexão com algo maior. Este turista tem um comportamento e perfil que valoriza as paisagens naturais preservadas, bem como o património material e imaterial deste destino. É pertinente aprofundar os estudos deste perfil para melhor atender as suas demandas turísticas.

### **3. METODOLOGIA**

#### **3.1 Introdução**

O principal objetivo da revisão bibliográfica apresentada no segundo capítulo foi contextualizar o tema em estudo, identificar as principais investigações que têm sido realizadas, bem como outras informações que possam ser relevantes considerar para esta investigação. Através do quadro conceptual, procurou-se fornecer um apoio efetivo para análise empírica deste fenómeno.

Na segunda etapa, com a base teórica conseguida, prosseguiu-se para o estudo empírico recorrendo a metodologia qualitativa. Esta metodologia é utilizada na área da espiritualidade e em estudos de natureza subjetiva da experiência turística. Este método tem-se demonstrado eficiente no estudo das relações humanas, suas subjetividades e dos processos que envolvem percepção das pessoas (Godoy, 1995; Kastenholz, Lima & Sousa, 2012). As seções que se seguem descrevem detalhadamente a metodologia escolhida para o desenvolvimento deste estudo empírico.

#### **3.2. Metodologia Qualitativa**

A metodologia escolhida para a realização do estudo procurou permitir de conhecer o perfil e as motivações do turista espiritual.

Esta metodologia permite, a partir de um número reduzido de casos, obter maiores informações e com maior profundidade, sendo que, através do depoimento e testemunho verbal dos turistas, pode-se ter uma visão holística da sua experiência e seu contexto de vida (Kastenholz, Lima, & Sousa, 2012).

A Tabela 3 pretende sistematizar as principais vantagens e desvantagens da metodologia qualitativa.

Tabela 3 - Vantagens, desvantagens e cuidados relacionados a metodologia qualitativa

<b>Vantagens</b>	<b>Desvantagens</b>
Categorias de significados que surgem dos participantes	Maior possibilidade da influência da visão do organizador
Número restrito de casos, em profundidade	Número restrito de casos → resultados não podem ser generalizados a outros indivíduos ou situações
Informações individuais detalhadas	Maior morosidade na recolha e análise dados
Relato fenômenos complexos (experiência turística)	Difícil testar hipóteses e não permite fazer projeções
Maior flexibilidade durante o estudo	-

Fonte: Elaboração própria baseada em Kastenzholz, Lima & Sousa (2012)

Conhecidas as vantagens e desvantagens da metodologia qualitativa, existem uma série de cuidados que os investigadores poderão (e devem) adotar para tentar minimizar essas desvantagens e garantir uma investigação de maior qualidade:

- (i) Preservar a transparência.
- (ii) Identificar claramente os procedimentos do estudo.
- (iii) Evitar orientação excessiva das respostas.
- (iv) Basear a pesquisa num conjunto explícito de provas.
- (v) Honestidade na recolha das provas.

A metodologia qualitativa valoriza a reflexão aprofundada do tema pesquisado a partir do depoimento dos participantes. Sendo assim, mais importante que o tamanho é a adequação da amostra. Conforme o estudo, seus temas e objetivos, é que se encontra a dimensão adequada. Além disso tem-se a possibilidade de ajustar conforme o tempo e recursos disponíveis, desde que se respeite a qualidade da pesquisa (Yin, 2011:92 ; Lima, 2015).

A partir da revisão de literatura percebeu-se a predominância das metodologias qualitativas nos artigos sobre turismo espiritual. Na tabela 4 apresenta-se um resumo dos métodos de recolha de dados utilizados em alguns dos artigos que fundamentam esta investigação.

Tabela 4 - Metodologia de recolha de dados utilizadas para analisar o turismo espiritual.

<b>Metodologia de Recolha de dados</b>	<b>Estudos Empíricos</b>
Qualitativa – Método Etnográfico	Gezon (2018); Singleton (2017)
Qualitativa – Conversas informais (geralmente associadas à observação participante e entrevistas formais)	Choe & O'Regan (2020); Gezon(2018); Jiang, Ryan& (2018)
Qualitativa – Entrevistas individuais	Wang,Luo, Huang & Yang (2020); Moal-Ulvoas (2017); Singleton (2017); Progano, Kato & Cheer (2021); Jiang, Ryan & Zhang (2018); Jaiswal & Duggal (2019); Gezon (2018); Dillette, Douglas & Andrzejewski (2019); Choe & O'Regan (2020)
Qualitativa – Observação participante	Buzinde(2020); Choe & O'Regan, (2020); Gezon(2018); Gilli & Palmisano( 2021); Jiang, Ryan & Zhang (2018); Singleton (2017); Wang, Luo, Huang & Yang (2020)
Qualitativa – Análise de artefactos e/ou fotografias / material histórico	Buzinde (2020); Singleton (2017)
Qualitativa – Auto etnografias;	Moufakkir & Selmi (2018); Buzinde (2020); Dillette, Douglas & Andrzejewski (2019)
Qualitativa – Abordagem performativa	Gilli & Palmisano (2021)

Fonte: Elaboração Própria

A análise destes estudos permitiu perceber que a metodologia qualitativa se mostra indicada para estudos exploratórios e sobre temas mais subjetivos, como o da espiritualidade (Godoy, 1995; Kastenholz, Lima & Sousa 2012), em que se pretende perceber os fenómenos através dos relatos do público-alvo, observando as peculiaridades e experiências individuais. O presente estudo, sendo um estudo de carácter exploratório, crê-se que iria beneficiar de optar por adotar uma metodologia qualitativa.

### **3.3. Metodologia de Recolha de dados**

#### **3.3.1. Técnica de amostragem**

A população em estudo nesta investigação são pessoas maiores de 18 anos, que tenham intenção de viajar para participar em programas de turismo espiritual (sem componente de turismo religioso; com pacotes estruturados ou não), podendo ser viagens individuais por conta própria, ou através de agentes promotores deste tipo de turismo.

Assim, abordou-se uma amostra de turistas portugueses e estrangeiros, que realizaram viagens com dimensão espiritual no território de Portugal, utilizando um tipo de amostragem não probabilística do tipo bola de neve. Este tipo de amostragem é recomendado para pesquisar grupos mais difíceis de serem contactados. Os turistas entrevistados foram selecionados utilizando uma técnica de amostragem do tipo bola de neve, começando os contatos com potenciais entrevistados a partir da rede social da mestranda e grupos no Facebook relacionados ao tema. As entrevistas foram realizadas no período entre agosto e outubro de 2022.

#### **3.3.2. Instrumento de recolha de dados**

Conforme analisado nos capítulos anteriores, particularmente através da síntese apresentada na Tabela 3, concluiu-se que a entrevista é um dos instrumentos mais utilizados nas investigações sobre turismo espiritual, observou-se que as entrevistas semiestruturadas seriam adequadas como instrumento de recolha de dados no presente trabalho.

Para este estudo, as entrevistas foram orientadas por guiões semiestruturados que pretendiam explorar em profundidade a perceção dos entrevistados sobre a experiência do turismo espiritual (apêndices 1, 2 e 3). A intenção dos guiões é guiar a entrevista, mas deixar livre espaço para que outros assuntos pertinentes ao contexto estudado possam emergir. Os guiões foram criados com base na revisão de literatura, abordando aspetos que permitam a compreensão do contexto e a perceção dos entrevistados a respeito do tema (Kastenholz, Lima, & Sousa, 2012).

Foram elaborados três guiões de entrevistas: dois para aplicar a turistas (um antes e depois a viagem) e o terceiro para aplicar aos agentes da oferta. O guião relativo à fase anterior a

viagem contava com 8 perguntas e, no final, questões sociodemográficas. As entrevistas anteriores as viagens serviram para identificar as expectativas e as motivações dos viajantes, bem como o conhecer perfil sociodemográfico dos participantes.

As entrevistas referentes à fase posterior à viagem, foram realizadas através de um guião com 7 perguntas, com o objetivo de verificar se as expectativas com relação a viagem foram correspondidas ou não e porquê. No que refere aos agentes de oferta, realizaram-se entrevistas com guiões de 8 perguntas com o intuito de verificar o quão alinhados estão com as motivações dos turistas e também perceber qual a visão que estes possuem do turista espiritual.

Todas as entrevistas foram realizadas via zoom, ou por telefone com gravação e, a seguir, foram transcritas. Além disso, a mestrandia foi fazendo algumas anotações simultaneamente durante os diálogos.

Os guiões construídos para a recolha de dados aos turistas, foram constituídos por questões abertas relativas aos seguintes temas:

- (i) Caracterização da viagem (duração, grupo de viagem, atividades, local, período);
- (ii) Motivações e expectativas para a realização da viagem;
- (iii) Perfil do turista;
- (iv) Experiência anterior deste tipo de viagem;
- (v) Sustentabilidade e o papel da natureza para atingir os objetivos da viagem.

A tabela 5 apresenta as questões e dimensões dos guiões das entrevistas referentes ao período anterior a viagem.

Tabela 5 - Justificação das perguntas do guião anteriores a viagem.

Questão	Dimensão
1. Qual o destino, data e duração da sua viagem?	Identificar os fatores determinantes para a escolha do destino.
2. Já fez outras viagens anteriormente para as quais tinha motivações semelhantes? Se sim, como foi/foram a(s) experiência(s)?	Verificar a frequência e o histórico deste tipo de viagem
3. Que fatores foram determinantes para a escolha deste destino em detrimento de outros? (por exemplo, características do destino, meio de transporte, preço, atividades, alojamento, ...)	Identificar os critérios de escolha do destino
4. E relativamente a fatores internos, seus, o que o motivou a fazer esta viagem?	Perceber as motivações interiores
5. Considera que o ambiente natural e suas características serão importantes para atingir seus objetivos na viagem? Porquê?	Identificar a influência da natureza neste tipo de viagem.
6. Considera que o ambiente social (comunidade do	Perceber a importância da

destino, outros turistas no destino, grupo de viagem...) será importante para atingir seus objetivos na viagem? De que forma?	atmosfera gerada pelas relações com o grupo de viagem e com a cultura e comunidade local
7. Quais os efeitos/benefícios que espera retirar da viagem?	Identificar as expectativas do turista espiritual
8. Na sua escolha de destino / serviços considerou preocupações de sustentabilidade (ambiental, social, cultural...)? Se sim, de que forma?	Perceber a importância dos critérios de sustentabilidade.

Fonte: Elaboração própria, baseada em Abdul Halim, Tatoglu, & Mohamad Hanefar, (2021).

Na tabela 6 apresenta-se as questões e dimensões das entrevistas referente a fase depois da viagem.

Tabela 6 - Justificação das perguntas do guião depois da viagem.

Questões	Dimensão
1. Fale-me sobre como foi sua viagem?	Verificar o comportamento e a logística da viagem
2. Correspondeu às suas expectativas?	Verificar se os objetivos foram alcançados
3. Quais os efeitos que sentiu depois da viagem?	Verificar os efeitos após a viagem
Fale-me sobre os fatores que mais impacte tiveram na experiência que viveu, ou seja, aqueles que considera terem sido essenciais para sentir os efeitos que relatou na questão anterior?	Identificar os impactos mais importantes
Quais os impactes, se identificar algum, considera que a sua experiência teve no destino?	Identificar os impactos no destino
6. Voltaria para este mesmo destino, com as mesmas motivações?	Perceber a fidelidade ao destino
7. Pretende repetir viagens com este propósito? Porquê?	Identificar a Frequência de viagens com esta motivação

Fonte: Elaboração própria, baseada Abdul Halim et al. (2021)

Foram entrevistados um total de 9 turistas na fase anterior a viagem e 8 destes voltaram a ser entrevistados também na fase posterior a viagem, totalizando 17 entrevistas. Tomou-se o cuidado de informar aos participantes que seria mantido o anonimato e no início de cada entrevista pediu-se autorização para a gravação. As entrevistas duraram cerca de 30 minutos e a pesquisadora adotou uma postura neutra para não influenciar nas respostas dos entrevistados.



Para a identificação dos agentes da oferta a entrevistar, inicialmente foi realizada uma pesquisa na web na plataforma Google com as seguintes palavras-chaves: “turismo e espiritualidade no Alentejo”; “retiros espirituais no Alentejo”; “encontros espirituais no Alentejo”; “turismo e ZEN no Alentejo”; “Encontros de autoconhecimento no Alentejo”, “Encontro holístico no Alentejo”; “Yoga no Alentejo”. Fez-se a seleção de 14 agentes de oferta (alojamentos e agentes autónomos) que ofereciam estes serviços de turismo espiritual e bem-estar interior.

Como critérios de seleção das entidades, foram escolhidas as que se situam na região do Alentejo NUT II. A partir daí fez-se a caracterização da amostra e uma recolha de citações dos websites dos locais, que são utilizadas para a divulgação das atividades.

Em seguida, fez-se uma grelha com as seguintes informações do alojamento: localização, e-mail, telefone, site, atividades oferecidas e observações. Nas observações, foram anotadas citações dos sites que faziam menção a categorias características do turismo espiritual.

A seguir efetuou-se o contato com os agentes via telefone e e-mail para convidar a participar da investigação. Com os agentes que se disponibilizaram, foram realizadas e gravadas as entrevistas, via zoom ou telefone. Fez-se também uma pequena análise da descrição da oferta do serviço nos websites com o objetivo de perceber o alinhamento destes com o que busca o turista espiritual.

Dessa forma, procurou-se contemplar o objetivo de analisar as percepções dos agentes acerca do perfil e experiência procurada por este segmento de visitantes. Utilizou-se uma amostragem não probabilística por conveniência.

Foi realizado contacto com 14 agentes de (oferta alojamentos e agentes autónomos) através de e-mail e contato telefónico, com o intuito de convidar a participar no estudo e realizar-se a entrevista. Destes 14 apenas se conseguiu realizar entrevista com 2 agentes da oferta, sendo um autónomo e outro proprietário do alojamento. Na tabela 7 apresentam-se as questões e dimensões das entrevistas referentes à oferta.

Tabela 7 - Justificação das perguntas do guião à oferta.

<i>Questões</i>	<i>Dimensão</i>
<i>Nome da organização ou profissional: Local da sede: Tipo de serviço prestado: Mercado-alvo:</i>	<i>Caracterização geral da oferta</i>
<i>1. Com que frequência oferece programações no âmbito do turismo espiritual/zen?</i>	<i>Conhecer a frequência da oferta</i>

<i>2. Como descreve o perfil dos seus consumidores efetivos (ou seja, os clientes que compram os seus serviços: correspondem ao mercado-alvo ou nota algumas diferenças)?</i>	<i>Conhecer a percepção dos AO sobre o perfil dos seus clientes</i>
<i>3. Qual a sua percepção sobre as motivações dos seus clientes para adquirir os seus serviços?</i>	<i>Conhecer a percepção dos AO sobre a Motivação dos clientes</i>
<i>4. Quais os fatores de sucesso que identifica para a satisfação dos seus clientes?</i>	<i>Conhecer a percepção dos AO sobre a Satisfação do cliente</i>
<i>5. Quais os efeitos que consegue identificar que são sentidos pelos seus clientes (positivos e negativos) durante o consumo dos seus serviços?</i>	<i>Conhecer a percepção dos AO sobre os Efeitos que os clientes sentem durante a experiência que oferecem</i>
<i>6. Mantém algum contacto com os seus clientes depois de eles regressarem a casa? Consegue identificar alguns efeitos que perduram depois dos seus clientes regressarem a casa? Se sim, quais?</i>	<i>Conhecer a percepção dos AO sobre o impacto da viagem nos clientes</i>
<i>7. Como avalia o impacto da sua atividade no destino (ambiente, economia, em questões culturais, nos residentes, em outros turistas)?</i>	<i>Conhecer a percepção dos AO sobre o impacto no destino</i>
<i>8. Tem algumas preocupações relativamente ao futuro do desenvolvimento do turismo espiritual no Alentejo? Se sim, quais e porquê?</i>	<i>Conhecer a percepção dos AO com o desenvolvimento do turismo espiritual no Alentejo</i>

Fonte: Elaboração própria, baseada Abdul Halim et al. (2021) e Parsons et al (2019)

Na subsecção a seguir apresenta-se a análise de dados e a discussão de resultados, adquiridas a partir das etapas da metodologia relatadas anteriormente nesta subsecção.

### **3.3.3. Análise de dados**

A análise da dados foi realizada por meio de análise de conteúdo, baseado na transcrição das entrevistas realizadas. Conforme Kastenholz et al. (2012) referem, a partir desta escolha, manteve-se também a fidelidade ao conteúdo que o entrevistado pretendia transmitir.

De acordo com Kastenholz et al. (2012), citando Creswell (2009), são cinco as fases principais para organização do conteúdo:

- (i) Preparação e organização dos dados coletados.
- (ii) Identificação das principais categorias em que os dados podem inserir.
- (iii) Codificação de cada entrevista.

- (iv) Comparação dos casos.
- (v) Interpretação de resultados e conclusões.

Para facilitar a análise de dados, numa primeira fase de organização dos dados recolhidos, foi realizada a transcrição das entrevistas. Fez-se por várias vezes a audição das gravações, bem como a leitura das transcrições das entrevistas. A seguir foi feita uma grade de anotações no Excel com o objetivo de registrar os pontos principais apontados pelos entrevistados para auxiliar a identificação das categorias, análise e discussão dos resultados (Kastenholz et al. 2012 por Lima, 2015).

Numa primeira análise, foram verificadas palavras mais mencionadas pelos participantes e após esse primeiro contacto com os dados, codificou-se o conteúdo das entrevistas nas categorias criadas, com base nos dados secundários que embasam teoricamente este estudo. Posteriormente, fez-se a análise comparativa das categorias obtidas e seu conteúdo, com a revisão de literatura apresentada nos capítulos anteriores, efetuando-se a discussão dos resultados. Ressalta-se que as categorias foram criadas baseadas na revisão de literatura apresentada ao longo deste trabalho.

### **3.4. Conclusão**

O principal objetivo deste capítulo foi a descrição das metodologias aplicadas no presente estudo empírico. A partir da revisão de literatura realizada para a concretização desta investigação, fez-se a opção pela análise qualitativa, que tem sido considerado o método de análise mais adequado para temas que envolvem assuntos mais subjetivos e relacionados a espiritualidade e bem-estar interior.

As metodologias qualitativas têm vantagens e desvantagens, bem como cuidados a serem tomados, porém permite uma recolha mais aprofundada de temas que envolvem as subjetividades humanas. As entrevistas foram semiestruturadas, realizadas via zoom ou por telefone, e posteriormente transcritas para a análise de dados. A análise de conteúdo aplicada foi descrita igualmente.

No próximo capítulo, apresenta-se a análise de dados efetuada e a discussão dos resultados.

## **4. ANÁLISE DOS DADOS E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS**

### **4.1 Introdução**

Considerando as respostas das entrevistas realizadas, no presente capítulo apresenta-se a análise dos dados e discussão dos resultados, iniciando-se pelos dados sociodemográficos e o comportamento de viagem dos turistas. Na discussão dos resultados serão analisados como esses dados vão ao encontro do possível perfil do turista espiritual citado na revisão de literatura e eventuais discrepâncias encontradas.

Serão ainda apresentados, na penúltima secção deste capítulo os resultados da análise das entrevistas à oferta e da análise exploratória aos websites.

### **4.2 Caracterização sociodemográfica e económica da amostra de turistas espirituais**

Foram realizadas 9 entrevistas a turistas espirituais antes de realizarem a sua viagem com relação a caracterização sociodemográfica, na tabela 8 apresentam-se alguns dados sócio demográficos da amostra. Esta amostra compõe-se por 8 participantes do género feminino e 1 do género masculino. O participante mais velho tinha 70 anos e o mais jovem tinha 31 anos, sendo a idade predominante entre 41 e 50 anos. Quanto à nacionalidade e escolaridade dos inquiridos, 5 são de origem brasileira e 4 portugueses 5 e têm Licenciatura completa. Quanto ao estado civil, 5 são casados, 3 são solteiros e 1 viúvo, sendo que 3 têm filhos.

Relativamente aos dados sociodemográficos das entrevistas aplicadas referente a depois da viagem esta amostra compõe-se de 7 participantes do género feminino e 1 do género masculino. Dos 9 participantes da primeira fase da entrevista referente a antes da viagem, só foi possível realizar nova entrevista referente a depois da viagem com 8 turistas. A maioria possui idade entre 41 e 50 anos. Convém ressaltar que estes participantes são os mesmos que participaram na parte inicial deste estudo

Com relação ao período depois da viagem, no que se refere à nacionalidade dos inquiridos, nesta segunda fase foi mais equilibrada, verificando -se que 50 % são de origem brasileira e 50 % de origem portuguesa.

Quanto ao nível de escolaridade dos inquiridos, a maioria dos inquiridos são licenciados. As atividades profissionais citadas foram: tecnologia da informação, engenharia, terapeuta, investigadora, aposentada, professora, designer de interiores, gestora de alojamento local. No que se refere ao estado civil a 4 são casados e 1 viúva e uma solteira. Relativamente a situação familiar, 2 vivem com os filhos.

Os locais de residência dos inquiridos nesta fase são Lisboa, Setúbal, Évora, Estoril, Moita e Cascais. No que se refere ao rendimento mensal, a maioria dos participantes apresentou a média salarial entre 1001 e 2000 euros.

Tabela 8 - Dados sociodemográficos dos entrevistados.

<b>Categoria</b>	<b>Variável</b>	<b>N antes da viagem</b>	<b>N depois da viagem</b>
Idade	30-40	2	2
	41-50	4	4
	51-60	1	1
	61 -70	2	1
Género	Feminino	8	7
	Masculino	1	1
Nacionalidade (país em que nasceu)	Brasileira	5	4
	Portuguesa	4	4
Nível de escolaridade que completou	Licenciatura incompleta	1	0
	Licenciatura	5	5
	Mestrado	2	2
	Doutorado	1	1
Estado civil	Solteira	3	3
	Casada	5	4
	Viúva	1	1
Situação familiar	Moram sozinhas	4	4
	Cônjuge e filhos	4	3
	Cônjuge	1	1
Rendimento Mensal	0 a 500	0	0
	501 a 1.000	0	0
	1.001 a 2.000	7	6
	2.001 a 4.000	2	2
	4.001 a 6.000	0	0
	6.001 a 8.000	0	0
	8.001 a 10.000	0	0
	10.001 ou +	0	0

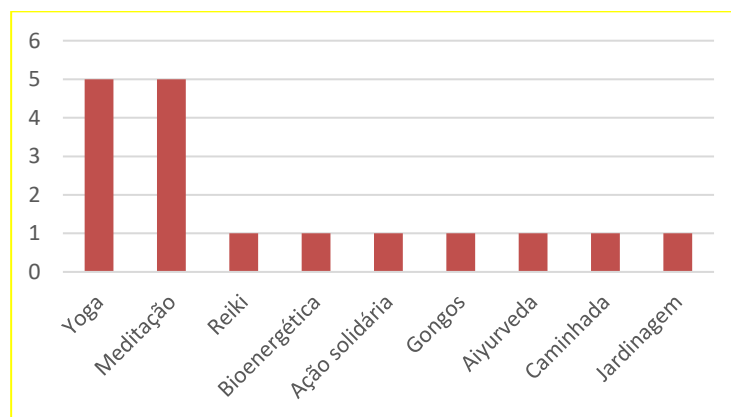
Fonte: Elaboração própria

As atividades profissionais relacionadas aos turistas espirituais entrevistados são: enfermagem, tecnologia da informação, engenharia, terapeuta, investigadora, aposentada,

professora, designer de interiores e gestora de alojamento local. Os locais de residência dos inquiridos são Lisboa (1), Setúbal (4), Évora (1), Porto Alegre (Brasil) (1), e Cascais (2).

Observa-se que a maioria dos entrevistados é praticante de Yoga e meditação, e os que não praticam yoga, referiram que utilizam no seu dia-a-dia alguma prática espiritual alternativa (Figura 8). Foram referidas algumas atividades, como caminhadas e ações solidárias, que apesar de não terem sempre cariz espiritual, foram assim identificadas pelos entrevistados. A literatura também já dava conta de que atividades deste tipo poderiam ter uma dimensão espiritual (Amaro et al,2018; Wang et al 2021).

Figura 7 Práticas Espirituais Alternativas



Fonte: Elaboração própria

Relativamente ao credo religioso dos entrevistados, o Cristianismo foi o mais mencionado pela maioria, porém apontaram que estavam ultimamente afastados da prática tradicional, procurando novas experiências na área da espiritualidade.

#### 4.3. Perceções dos turistas antes da viagem

Nos pontos a seguir serão apresentados os resultados obtidos pela análise de dados das entrevistas aos turistas relativas às perceções dos turistas antes de efetuarem a viagem.

## a) Motivações internas e experiências anteriores

A partir da análise dos dados foram identificadas 7 categorias relacionadas as motivações do turista espiritual. (i)relaxamento; (ii) busca pela Espiritualidade e paz interior; (iii)quebra da Rotina;(iv) interação com a natureza, (v) recreação e lazer; (vi)socialização;(vii) sustentabilidade. Na tabela 9 apresenta-se os temas e sua descrição.

Tabela 9 – Descrição das categorias relacionadas a motivação do turista espiritual.

Categorias	Descrição
Relaxamento	Relaxar, sossego, descanso, terapêutico, baixar a ansiedade.
Busca pela Espiritualidade e Paz interior	Conexão, meditar, desligar a mente, esvaziar a mente, vencer obstáculos internos e externos, encontrar a essência, tranquilidade, equilibrar a energia, fortalecer a mente.
Quebra da Rotina	Sair da rotina, conhecer outros lugares, fugir de lugares movimentados e agitados
Interação com a natureza	Contemplar a natureza, conexão com a natureza, sentir-se parte da natureza, belas paisagens, comunhão e conexão da natureza, fusão com o todo.
Recreação e lazer	Caminhada, atividade física ao ar livre, atenção ao corpo auxiliando na percepção do momento presente
Socialização	Interação com os moradores, com cultura, costumes e a história local.
Sustentabilidade	Tratamento do lixo, preservação dos locais históricos e da arquitetura, conduta sustentável do turista, desenvolvimento econômico local

Fonte: Elaboração própria baseada em Adbul Halim et al. (2021)

Constatou-se que a maioria dos entrevistados (8) realizou viagens anteriores com a motivação do bem-estar interior e espiritualidade.

As motivações apontadas para realização de viagens anteriores de turismo espiritual foram relacionadas com as seguintes categorias: relaxamento, busca pela espiritualidade e paz interior, quebra da rotina, interação com a natureza, recreação e lazer, socialização, sustentabilidade. Constatou-se que a maioria dos entrevistados apontou interação da natureza, quebra da rotina e busca pela espiritualidade e paz interior. Os seguintes excertos das entrevistas, ilustram perfeitamente este aspeto, que corrobora os estudos de Moufakkir & Selmi (2018):

**A5:** *“Sim, já fiz, já fiz, todos os anos na verdade eu faço. E a experiência é sempre maravilhosa, eu **procuro a natureza**, lugares onde eu posso levar meu cão, fazer exercícios, **meditar**, estar no silêncio **ouvir a natureza**, **sair das horas**, **sair da rotina**.”*

**A8:** “Sim, eu e o meu marido nós temos por hábito (...) uma a duas vezes por ano nós fazemos uma espécie de um retiro para nós. (...) **sair da rotina, (...) buscar a espiritualidade, se conectar com a paz interior**”.

Quando questionados sobre os fatores internos motivadores a maioria dos entrevistados apontaram: relaxamento, busca pela Espiritualidade e Paz interior, Interação com a natureza, quebra da rotina.

**A1:** “Não tenho férias agora, mas estou a precisar de **descanso mental**. Estar em outro ambiente e em contato com outros estímulos, **relaxar**, lugar **tranquilo, natureza** e praticar **vólei, desligo. Viro o botão**”.

**A8:** “(...) Essa **conexão** com o universo né. Essa conexão nos propicia muito diálogo, muito amor”.

**A2:** “Com certeza neste momento a possibilidade de **descansar** um pouco, a possibilidade de estar **perto da natureza** de me recuperar um pouco fisicamente também, eu venho de uma Covid há duas semanas atrás, me **fortalecer fisicamente** também e **mentalmente** também, essa minha motivação passa bastante por isso”.

**A9:** “Já faço bioenergética a muitos anos, (...) nos **liberta de muita** emoção daquelas precisa transformadas, **mexe muito com o corpo** também, então eu gosto de sempre muito, venho sempre **transformada, cabeça limpa**. (...) É mesmo só isso, claro, eu gosto muito do Alentejo é como se fosse um fim de semana **terapêutico** também.”

À semelhança dos resultados apresentados por Gezon, L. (2018), os dados acima citados também revelam o buscar a natureza, relaxamento e a fuga da rotina diária são importantes fatores internos motivadores para o turismo espiritual. Afastar-se da pressão do dia a dia para renovar as ideias e transformação interior foram apontados pelos entrevistados.

## **b) Fatores importantes para a escolha do destino**

A maioria dos participantes utilizaram viatura própria para se deslocarem até ao destino da viagem. Apenas duas entrevistadas utilizaram transportes públicos e apontaram que o acesso a transportes públicos foi determinante para a escolha do local de início da viagem, cuja o objetivo era percorrer o Caminho Português de Santiago de Compostela pela costa portuguesa:

**A3:** “(...) Influenciou muito, principalmente essa parte de transportes que era a mais difícil, então nós acabamos mudando a nossa rota, em questão onde começar por questões de transportes (...) íamos fazer o caminho de qualquer maneira, mas acabamos escolhendo esta rota pela **questão do transporte**”.



Entre os entrevistados, as categorias mais recorrentes para a escolha dos destinos foram: interação com a natureza, relaxamento, recreação e lazer.

**A1:** “(...) ao ar livre, praias, **trilhos, contato com a natureza, praticar vôlei** (...) Pousada com muita natureza. **Silencioso**, qualidade do ar, ouvir os **elementos da natureza**, pessoas conhecidas que jogam e vão estar lá”

**A2:** “(...) O objetivo não é fazer turismo e sim um local agradável, tranquilo, para **descansar, caminhar na natureza, observar as belas paisagens**. (...) “

### **c) Expectativas acerca da importância do ambiente natural na viagem**

Conforme os estudos analisados na revisão de literatura, relativamente ao ambiente natural, constatou-se que todos os entrevistados confirmaram uma expectativa alta acerca da importância na natureza para atingir os seus objetivos. Também na literatura, a natureza é evidenciada como um fator importante para os processos de mudança interior, propiciando um ambiente para reflexão emocional, mental e física (Dillette et al., 2019).

Conforme Jaiswal & Duggal (2019), e de acordo com as expectativas reportadas pelos entrevistados deste estudo, sentir-se parte da natureza, bem como a interação com o ambiente natural parece ser uma atmosfera propícia para o crescimento espiritual. Os seguintes excertos evidenciam esse facto:

**A1:** “Sim. Ambiente natural **remete ao sereno, a tranquilidade**. Uma troca com a natureza, que traz coisas boas (...), nivela a **energia, equilíbrio**.”

**A7:** “Acho que é muito importante sim, sim, acho que o turismo de **natureza é muito, muito, relevante**.”

**A9:** “(...) é o que estava a dizer eu acho que sim. **Silêncio, a natureza**, um sítio bonito, respirar ar puro com árvores, fica logo diferente (...) mais **tranquilo** mais **relaxada**, é muito diferente da pessoa estar aqui na cidade. (...) relaxamento inicial a pessoa entra logo outro mundo.”

#### **d) Importância do ambiente social e sustentabilidade**

No que concerne ao ambiente social. A maioria dos entrevistados considera positivo poderem encontrar e conhecer novas pessoas durante a viagem.

À semelhança dos resultados apresentados por Dillette et al. (2019), o presente estudo também demonstrou que o turista espiritual e de bem-estar interior valoriza experiências em que possa sentir-se parte de costumes locais, bem como valorizam interações sociais positivas com as outras pessoas, principalmente as que estão com propósito alinhado ao deles. Querem viver a experiência com a comunidade do destino, bem como interagir com outros turista espirituais.

A2: *“Sim, o convívio com as pessoas, fazer novas amizades (...). Cultural sempre conta, conhecer a cultura, os costumes do local diferente, conhecer e entender a história de cada lugar, adquirir, mais conhecimento. **Viver a experiência de como eles vivem**”.*

A3: *“sim, com certeza um dos objetivos é conhecer pessoas de todos os tipos de lugares culturas, países, **fazer essa comunhão e celebrar o caminho com elas**”.*

A7: *“sim, gosto muito de conhecer pessoas”.*

Foram mencionados como relevantes as categorias de socialização e sustentabilidade no que tange a preservação de locais históricos conforme citação abaixo:

A1: *“Sim, valorizo a **conservação dos edifícios**, o tratamento do lixo (coleta seletiva) **cuidado com o lixo** significa bom acolhimento, para receber visita (...) Pessoas **gentis e simpáticas. Arquitetura original preservada.**”*

#### **e) Expectativas acerca dos benefícios da viagem**

No que tange as expectativas relativamente à viagem, a categoria mais citada foi espiritualidade e paz interior, seguida relaxamento e bem-estar físico. As citações que se seguem, ilustram exatamente essas expectativas:

A7: *“**procura constante da minha essência** e estar preparada para transmitir conhecimento”.*

**A9:** “(...) **ideias mais delineadas** daquilo que eu quero fazer. (...) **insights** de coisas da minha vida que eu posso **modificar para melhor, trabalhar as tensões**, (...), é um bocado abanar um bocado estruturas”

**A1:**” **voltar mais calma, revigorada** pelas coisas que gosto. **Renovar a energia**, oportunidade de **organizar os pensamentos, sentimentos, diminuir a ansiedade.**”

**A4:** “**fortalecimento de mim como pessoa e físico, abrir mais a minha mente, ter uma visão diferente da vida.**”

## f) Destino e duração da viagem

Relativamente ao destino (país e localidade) e duração da viagem, todos os participantes indicaram ir realizar as suas viagens em Portugal, com um mínimo de 2 noites de duração e máximo de 14 noites (Tabela 10). A tabela evidencia ainda uma maior preferência por pequenas localidades, do interior ou do litoral, mas onde um aspeto dominante é a natureza e cultura percebida como mais tradicional/genuína.

Tabela 10 - Destino e duração da viagem.

País destino	Localidade visitada	Duração e data
Portugal	São Pedro de Moel	19-21/08/2022 3 dias
Portugal	Aldeia Freixo de Espada Cinta	5-7/08/2022 3 dias
Portugal / Espanha	Caminho português de Santiago de Compostela, pela costa	17/09/2022 14 dias 287 km
Portugal	Mértola	27 -30/07/2022 4 dias
Portugal	Caminho português de Santiago de Compostela, pela costa	17/09/2022 14 dias 287 km
Portugal	Ilha do Faial e Ilha do Pico	14-19/06/2022 5 dias
Portugal	Aldeia Freixo de Espada Cinta	5-7/08/2022 2 dias
Portugal	Lisboa	11-12/03

		2 dias
Portugal	Mértola	28,29 ,30/10 /2022
		3 dias

Fonte: Elaboração própria

Uma das entrevistadas referiu Lisboa como destino espiritual devido ao motivo de sua viagem, que foi um final de semana de imersão em Reiki, que é uma prática de transmissão de energia originária do Japão conhecida e praticada em várias partes do mundo.

#### 4. Percepções dos turistas depois da viagem

Realizou-se com os viajantes que se dispuseram uma segunda entrevista sobre o período depois da viagem, portanto o público-alvo permaneceu o mesmo (tabela 8), apenas pessoas com idade igual ou superior a 18 anos. Nesta fase também se manteve o participante mais velho com 70 anos e o mais jovem com 31 anos.

##### a) Caracterização da viagem

A maior parte dos entrevistados referiu-se de forma muito positiva no que tange ao destino, alojamento, ambiente e atividades, relatando a satisfação frente ao que encontraram na sua viagem. Esta satisfação relativamente ao local e alojamento escolhidos pode ser constatado nos seguintes excertos citados a seguir:

*A5: “Monte em Mértola. O **lugar é muito especial para mim**, tanto que faço as minhas atividades lá. A dona é muito minha amiga, então me sinto em casa, sem cerimônias, tem a família dela, que **eu adoro, tem piscina, campo de vôlei, trilhas, horta**, que eu adoro ir a horta, onde eu apanho vegetais, frutas, especiarias”*

*A8: “Lá foi **maravilhoso**. Fomos muito **bem recebidos**, cidade maravilhosa, comemos pratos maravilhosos, um preço muito em conta, **conhecer comida do local**. Eu **gosto muito de conhecer o local**. [...] **Alojamento, tudo muito bom**”*

*A2: “gostamos muito daquilo que a gente viu, os preços que a gente encontrou, eu achei justo comparado a outros lugares que nós já fomos aqui em Portugal (...) **cheia de histórias**, (...)*

*belezas naturais* muito bonitas (...) *uma praia de água doce muito linda, uma cidade muito pacata silenciosa é uma vila na verdade.* (...) *nos possibilitou a relaxar* (...) *paisagens bonitas a gente conseguiu se conectar com a natureza.*

Efetivamente verifica-se que os aspetos que sobressaem são o contacto com a natureza e a hospitalidade da comunidade local, particularmente dos agentes da oferta com quem contactam. No tocante ao alojamento, uma participante referiu-se negativamente aos preços, destacando preços elevados praticados no alojamento.

Outra entrevistada declarou que o alojamento não estava de acordo com o que estava anunciado na internet:

*A7: “estadia através de um site na internet e ficou aquém da minha expectativa.”*

Conforme estudo apresentado por Paül i Agustí (2018) na atualidade cada vez mais a internet é utilizada como meio para escolha dos alojamentos e destinos. Cada vez mais a avaliação realizada na web por outro usuário é levada em consideração e será essencial para os agentes da oferta mostrarem neste canal de comunicação a imagem que realmente querem passar, para não defraudar expectativas dos visitantes.

## **b) Expectativas vs Experiência vivida**

Quando questionados se a viagem correspondeu às suas expectativas, todos os entrevistados referiram que sim, e boa parte destes relataram experiências internas e externas impactantes, o que corrobora os estudos sobre os motivos de fidelidade ao local realizados por Vada et al.(2019). Este autor refere que experiências profundas de bem-estar interior são fortes gatilhos para o retorno ao destino e divulgação do local. Nos relatos apontados pelos viajantes pode-se verificar estas experiências:

*A2: “sendo muito sincera e tenho assim tudo o que a gente viveu lá foi muito bom então acho que sim correspondeu”*

*A6: sim, houve sítios que me marcaram muito, sítios muito bonitos.me senti como se estivesse num estado de graça. “*

*A5: “sim, foi igual ou melhor, é sempre um preenchimento muito grande. Lá perco a noção do tempo, fico muito presente. Cozinhar com outra calma, energia do ambiente, porquê tem poucas casas na região, ficamos com mais espaço, o dia fica maior”*

**A8:** “Na verdade quando a gente volta a gente se depara e pensa aqui que sempre é melhor do que nós imaginamos, tudo mesmo. **Plenitude [...] uma viagem que vou guardar no coração**”.

Outro fator apontado por 3 participantes diz respeito ao impacto do patrimônio material e imaterial (arquitetura, gastronomia, etc.) e a importância destes fatores para gerar a satisfação interior.

**A8:** “Lá foi maravilhoso. Fomos muito bem recebidos, cidade maravilhosa, comemos **pratos maravilhosos**, um preço muito em conta, conhecer **comida do local**. **Eu gosto muito de conhecer o local**. [...]”

**A3:** “[...] estava nos planos me **imersão na cultura local**. E cada aldeia, vilarejo que chegávamos e podíamos nos **imersão na história foi um ponto positivo**. Foi um fator **motivacional**.”

Segundo os estudos que fundamentam esta pesquisa, encontrar a localidade com sua cultura material e imaterial típica preservada, bem como interagir com o modo de vida do destino, é um fator motivacional que traz satisfação e contribui para o alcance dos objetivos de bem-estar interior e desenvolvimento espiritual (Progano et al., 2021; Wang et al., 2020b).

### **c) Efeitos depois da viagem**

Relativamente aos efeitos sentidos pelos turistas depois da viagem, todos relataram que atingiram seus objetivos e as expectativas da viagem. Entrevistados apontam experiências emocionais marcantes e positivas, como felicidade, fusão com o todo, dentre outros citados pelos participantes. Estas transformações memoráveis profundas podem levar a mudanças mais duradouras que podem transcender o período da viagem e inclusive passarem a fazer parte do cotidiano (Dillete et al, 2019). Os excertos que se seguem parecem corroborar este estudo:

**A8:** “**Voltei completamente zerada, conectada ainda mais universo, ainda mais com aquela vontade de voltar a minha rotina da minha casa, com o marido das minhas filhas, mais espiritualizadas, em paz conectada ainda mais com universo e numa sintonia plena**. Então é como se as baterias estiverem carregadas para entrar novamente na rotina de trabalho, na rotina da casa, (...), então voltei muito tranquila. Zero negativo”

**A2:** (...) volta assim se sentindo assim mais **renovado** (..)Um **lugar típico de vida** e depois levar para um para um lugar desses ele encontra **outra realidade** e aí ele **tenta viver aquela**

*realidade que estamos disponibilizando naquele momento, então eu acho que sempre volta assim como o **ânimo renovado, mais relaxado** e sempre volta assim com **histórias para contar.***

**Um dos entrevistados fez referência à importância deste tipo de viagens para o casal:**

**A8:** *“Sempre, **sempre planejamos uma ou duas vezes ao ano.** Uma eu e meu marido e outra com as meninas, família. É um momento que é muito **importante para o casal, mais espiritualidade (...)**”. Esta referência parece indicar que este tipo de viagens, para além dos efeitos positivos individuais, pode trazer efeitos importantes para o casal e/ou família, quando feitas em conjunto.*

#### **d) Fator mais impactante**

A semelhança dos estudos de Vada et al. (2019), o contato com a natureza foi citado por todos os entrevistados como fonte de satisfação de necessidades como pertencimento, autoestima, descanso, paz, fazendo um contraponto ao ritmo de vida acelerado da sociedade atual. Relativamente aos fatores mais impactantes, a natureza e a paisagem foram referenciadas como um fator determinante para as experiências espirituais e de bem-estar profundo (Jaiswal & Duggal, 2019).

Os depoimentos dos entrevistados corroboram o que a literatura aponta que o ambiente natural preservado é um elemento importante para despertar experiências espirituais:

**A5:** *“o facto de ser **num monte no meio do nada, isolado, impacta** porque realmente **mergulha para dentro de ti obriga-te a estar mais ainda contigo.** É um compromisso que fazes contigo. Retirar-me completamente da vida mundana.”*

**A6:** *“**grande conexão com a natureza que aquelas ilhas permitem, isso é sem dúvida o mais importante.** Fui ao vulcão, tem muito atividade geológica, **como se a terra tivesse viva.** É um **grande impacto.** Relaciono com a espiritualidade, a pessoa está mais aberta, toda essa conexão que existe com a terra, energia do mar”*

**A8:** *“**tu te conectar nos detalhes, tem natureza, é o sol batendo na sua pele,** teve vários, mas o meu banho de rio, na praia fluvial. E esse momento foi um momento muito meu sozinha, estava ali pegar a água, o sentir a brisa, o sentir o sol, o visual. Eu acho **que tudo isso é muito forte, (...)** esse momento ali essa **essa presença plena,** ali não está nenhum outro lugar, ali conectada e sentindo **prazer de perceber, sentir aquilo que eu fui buscar,** esse momento o lugar sentindo prazer perceber, sentir aquilo tudo, sabe...”*

Os factos históricos e demais características do destino foram conhecidos anteriormente a viagem e o contato presencial com o que foi verificado, também foi citado como um fator de impacto na experiência:

**A2:** *“eu leio sobre a história do local antes de viajar.(...) ver algo que sabe o significado que me traz um prazer interessante que está olhando os teus olhos nela está na tua frente(...)experiência com a natureza .A gente depois, tenho possibilidade de passar um dia numa praia fluvial nas margens do rio Douro com infraestrutura a sombra de árvores sentado na grama curtindo aquela paisagem bonita desconectando um pouco do corre-corre um dia a dia do trabalho [...] **a comida que nós comemos lá maravilhosa.**”*

#### **e) Impacto que deixou no local**

De acordo com Ashworth & Page (2011) a atividade turística abrange a indústria que gere e comercializa uma variedade de produtos e experiências para pessoas que têm uma ampla gama de motivações, preferências e perspectivas culturais e valorizam envolvimento nos hábitos de vida do destino.

O impacto económico foi apontado diretamente por um dos entrevistados como fator impactante que o turista deixa no local, conforme se encontra nos estudos sobre o tema. Apesar de uma das entrevistadas relatar compras, ela não considerou isto como um impacto, mas conforme se encontra nos estudos, o consumo no comércio local é um dos fatores que auxilia no desenvolvimento da região (Li, Pan,& Hu2021). Referiram também o baixo impacto ambiental, por considerarem que têm comportamentos ambientalmente sustentáveis, como indicam o seguinte excerto:

**A2:** *“Olhando sob o ponto de vista económico (...) Então a gente foi a **restaurantes** a gente a gente ficou no **hotel** abastecer o **carro economicamente ajudou** (...) em relação ao impacto ambiental a gente desfrutou daquilo e **o lixo que nós produzimos descartamos nos lugares certos**”*

Outro fator de impacto relatado foi a contribuição para a energia positiva do local. Duas entrevistadas fizeram referência ao quanto isso impacta positivamente no local, como ilustra o excerto da entrevista abaixo

**A8:** *“quando a gente está muito bem e quando a gente está plena, no sentido mesmo da palavra, a gente consegue, porque **nós somos energia**, e a partir daí então também **acaba emanando isso para o ambiente e para pessoas**, então acaba percebendo que as pessoas parece*



*que ele emana um amor uma energia (...) mas ele transcende algo maior, parece que sai uma luz de dentro de ti.”*

De acordo com Dillette et al. (2019) os viajantes espirituais, que buscam bem-estar interior valorizam experiências tangíveis de comunhão com a arte, cultura e sabores tradicionais dos locais onde estão inseridos os destinos, trazendo uma oportunidade de sustentabilidade do local. O presente estudo parece corroborar o defendido por este autor.

#### **f) Retorno ao Destino**

Todos os entrevistados relataram que, devido as ótimas experiências internas e externas que tiveram, retornariam ao destino e recomendariam aos seus familiares e amigos, ou seja, pessoas que fazem parte da sua rede de relações sociais. As experiências de impressões emocionais marcantes no bem-estar interior, foi realmente apontada como causa de fidelidade ao destino (Ashton, 2018). No depoimento abaixo percebe-se, mais uma vez, a experiência profunda que a turista vivenciou:

*A8: “Eu voltaria, queria levar todo mundo comigo. (...) Eu me sinto assim como a obrigação contar para as pessoas para que elas também tenham essa experiência mágica”.*

#### **g) Repetição de viagens com estas motivações**

Relativamente à repetição de viagens com estas motivações espirituais, todos os entrevistados relataram que têm intenção de voltar a fazer e recomendar. Este facto vai ao encontro das referências teóricas apresentadas, que apontam para a importância das experiências marcantes de bem-estar na fidelização do cliente para contribuir ao possível retorno ao local de hospedagem (Vada et al., 2019).

Segundo Li et al (2021) a qualidade das relações nos quatro âmbitos: pessoal, ambiental, comunitário e transcendente, repercute no bem-estar espiritual e deixam marcas que repercutem no dia a dia, estes fatores confirma-se a partir da análise realizada acima a respeito do período após a viagem.

### **4.3 Dados referentes aos agentes da oferta**

Nesta secção apresentam-se os resultados das entrevistas aos agentes da oferta. Conseguiu-se um total de 2 entrevistas a agentes que oferecem produtos relacionados com

turismo espiritual na região do Alentejo e analisaram-se os websites de 2 agentes de oferta, que oferecem atividades de turismo espiritual nesta região.

#### 4.3.1. Caracterização da amostra de agentes da oferta entrevistados

Entende-se que verificar a atuação dos agentes auxilia a diagnosticar o quanto estes estão ao encontro do que busca o turista espiritual e de bem-estar interior que, são seu público-alvo. Na tabela 11 tem-se a caracterização dos agentes de oferta entrevistados com o objetivo de obter as suas perceções acerca dos turistas que recebem e do produto que desenvolvem. A primeira (E1), proprietária Monte Costa Raiz, situado em Mértola, na freguesia de São João dos Caldeireiros. Os tipos de serviços que oferecem são retiros de imersão e alojamento para turismo de bem-estar. A segunda entrevistada (A2) é uma agente independente de turismo, que oferece retiros de bioenergética no Monte Costa Raiz.

Tabela 11 – Caracterização dos agentes de turismo entrevistados.

Nome da organização ou profissional	Local da oferta do serviço	Tipo de serviço prestado	Mercado-alvo
Monte Costa Raiz Site: <a href="https://www.montecostaraiz.com/">https://www.montecostaraiz.com/</a>	Mértola, Freguesia de São João dos Caldeireiros	Alojamento para turismo de bem-estar e retiros	Turistas que buscam sossego e bem-estar. Agentes independentes e instituições promotoras de retiros espirituais e bem-estar
Shell (Agente Independente) <a href="https://www.animo.pt/">https://www.animo.pt/</a>	Atividades sistemáticas em Estoril e retiros e workshops em Mértola, no Monte Costa Raiz	Retiros de Bioenergética	Praticantes e não praticantes de Bioenergética que buscam melhorar a si mesmo e autoconhecimento e transformação interior

Fonte: Elaboração Própria

#### 4.3.2 Breve análise aos websites dos agentes de oferta entrevistados

Após realizar entrevista com o agente da oferta E1, proprietária do Monte Costa raiz, fez-se a análise do site deste alojamento

A natureza, com suas características originais, é recorrentemente apontada nos estudos de turismo espiritual e de bem-estar interior, como elemento determinante do sucesso das experiências de turismo espiritual. De acordo com Moufakkir & Selmi (2018), os belos ambientes naturais são gatilhos para experiências espirituais e emocionais profundas e são valiosos recursos para gerar turismo nas localidades. As citações destacadas do site de divulgação do Monte Costa Raiz elencadas na tabela 13, alinham-se com as informações deste investigador.

Tabela 11 – Análise das citações do Monte Costa Raíz

<b>Categorias elaboradas a partir da análise de dados e baseadas na revisão de literatura e (aspectos determinantes do sucesso da experiência)</b>	<b>Citações do website do Monte Costa Raíz</b>
Relaxamento	<i>“Monte Costa Raíz é tranquilidade, serenidade, plenitude, descanso, privacidade, imensidão”</i>
Busca pela Espiritualidade e Paz interior	<i>“Salienta-se a quietude, a possibilidade de estar sem pressa, de contemplar”</i>
Quebra da rotina	<i>“herdade típica do Alentejo com mais de 300 ha, o que permite desfrutar da vivência no campo, com o máximo de conforto e comodidade”.</i>
Interação com a natureza	<i>“É o que o Monte Costa Raíz lhe propõe, a simplicidade da natureza, o recordar que dela fazemos parte e com certeza, a sensação de que chegou a casa”</i>
Recreação e lazer	<i>“fazer caminhadas que quase sempre nos levam à ribeira que abraça grande parte da herdade (...) há muita natureza para descobrir. A pé ou de bicicleta, deixe-se levar pelos caminhos e surpreenda-se com o que vai encontrar”.</i>
Socialização	<i>“O casco urbano do Monte é um exemplar da arquitetura tradicional alentejana, construído em pedra e taipa, telhas de canudo e paredes caiadas. A sua origem tem mais de duzentos anos “</i>
Sustentabilidade	<i>“E temos tanto orgulho nas nossas hortas! Tradicionais e biológicas, dão-nos o que há de melhor. Convidamos a conhecer, a colher e a encher o prato de saúde e de sabor”.</i> <i>“(...) intervenção a que agora foi sujeito, respeitou e manteve a sua traça, adequando-o, às necessidades e ao conforto actuais”</i>

Fonte: Elaboração própria com base nos dados de <https://www.montecostaraiz.com/>

Na análise do website do alojamento Monte Costa raiz, percebe-se, através das citações, que há menção as categorias demotivações identificadas nas entrevistas com os turistas (tabela 9), bem como no enquadramento teórico apresentado no capítulo 2 desta pesquisa. Estudos apontam que proporcionar experiências emocionais profundas e impactantes ao viajante,

aumentar a fidelidade com relação ao destino, aumentando as possibilidades do o turista a retornar ao local bem como fazer a divulgação deste nas suas relações sociais e familiares (Vada et al., 2019).

As referências à caracterização do ambiente, no website do Monte Costa Raiz, alinham-se com os resultados dos estudos de Moufakkir & Selmi (2018) onde uma das razões apontadas como motivação, é a necessidade de afastamento da pressão da rotina diária. A reflexão, abertura para novas amizades, ideias e aprendizados, renovação, bem como a importância do silêncio e do afastamento da vida acelerada dos momentos atuais são referidos como elementos essenciais da experiência de turismo espiritual bem sucedida (Jiang et al., 2018).

No tocante a análise do web site da entrevistada A2 também foram encontradas referências a algumas das categorias motivacionais apontadas na tabela 9 desta pesquisa (capítulo 4). Convém lembrar que A2 é uma agente independente que desenvolve suas atividades sistemáticas em Estoril e que utiliza o Monte Costa Raiz, no Alentejo, para realizar seus workshops e retiros de imersão e aprofundamento em bioenergética. As atividades divulgadas no site a.ni.mo são: astrologia, bio consciência orgânica e bioenergética, práticas coletivas, massagens, medicina tradicional, oriental e chinesa, meditação, terapia regressiva.

Na tabela a seguir tem-se a relação das citações encontradas no site a.ni.mo com as categorias de motivação identificadas neste estudo.

Tabela 12: Análise das citações do web site a.ni.mo

Categorias elaboradas a partir da análise de dados e referências da revisão de literatura (aspectos determinantes do sucesso da experiência)	Citações do website Ânimo
Relaxamento	<i>“Por isso as nossas práticas têm o foco na forma com que enfrentará os desafios, aliviando o stress e o cansaço (...)”</i>
Busca pela Espiritualidade e Paz interior	<i>“Conecte-se ao momento presente, para desenvolver uma relação responsável e harmoniosa consigo mesmo, conseguindo cada vez mais respeitar e estar disponível para o outro e para o que o rodeia. Guiamos o seu percurso numa jornada de autoconhecimento, em que se alinhará com o seu verdadeiro eu.”</i>
Quebra da rotina	<i>Nenhuma menção a esta categoria</i>
Interação com a natureza	<i>Nenhuma menção a esta categoria</i>
Recreação e lazer	<p style="text-align: center;"><b>“Dança e Movimento</b></p> <p style="text-align: center;"><i>“Desenvolva esta forma de comunicação, através da criatividade, expressão emocional e contato com o corpo, resgatando a natureza de um corpo mais leve, flexível e recetivo consigo mesmo e com o outro”</i></p>
Socialização	<i>Nenhuma menção a esta categoria</i>
Sustentabilidade	<i>Nenhuma menção a esta categoria</i>

Fonte: Elaboração própria com base nos dados de <https://www.animo.pt/>:

Apesar das categorias quebra de rotina, socialização e sustentabilidade, não serem mencionados no site do a.ni.mo, tem-se a menção de que um dos propósitos do serviço oferecido é remeter a conexão como o meio ao redor, sentir-se parte do outro. Estes aspetos são referenciados a literatura como estímulos a transformação de consciência e dos hábitos de ser estar e pensar, interferindo, assim nas atitudes do indivíduo perante a sociedade e natureza. (Kujawa, 2017; Moufakkir & Selmi, 2018).

Nas citações abaixo extraídas do sito do a.ni.mo, alinham-se com as motivações mencionadas pelos turistas participantes desta pesquisa, o que demonstra que a gestora está alinhadas com as necessidades dos turistas espirituais.

*“Na a.ni.mo criamos as condições para que se descubra, produzindo mudanças profundas de atitudes e hábitos que permitem revelar o melhor de si.*

*“Para nós, a energia segue o pensamento e, como tal, todas as suas características influem na forma como age, reage e sente.”*

*” Ser **a.ni.mo** é para nós muito mais do que uma visão. É uma atitude, uma forma de estar e viver, de ver o mundo, um caminho, uma descoberta, e sobretudo uma partilha”.*

Nos tópicos a seguir serão apresentados os dados recolhidos das entrevistas aos agentes de oferta, bem como a análise dos mesmos.

#### **4.3.2. Perceções dos agentes da oferta**

Nesta secção serão apresentados os dados recolhidos das entrevistas de duas gestoras de oferta de turismo espiritual. A primeira (E1), proprietária Monte Costa Raiz, situado em Mértola, na freguesia de São João dos Caldeireiros. Os tipos de serviços que oferecem são retiros de imersão e alojamento para turismo de bem-estar. A segunda (A2) é uma agente independente de turismo, que oferece retiros de bioenergética no Monte Costa Raiz.

##### **a) Frequência e características gerais da sua oferta no âmbito do turismo espiritual**

Percebe-se, a partir dos excertos transcritos abaixo, uma regularidade da oferta, bem como a perspectiva para o aumento da procura dos serviços:

**E1:** *“Sim, **10 retiros em 2022** (...) por enquanto são só as **outras pessoas que usam o espaço**. Desses 10 retiros, vão-se manter para o ano pelo menos 10 retiros que vão se manter até 2023, sendo que tenho mais 5, quer dizer, em 2023 estou à espera de quase dobrar a coisa” (E1).*

Apesar de E1 relatar que começou como hobby há 15 anos e que estruturou e regularizou o serviço há pouco tempo, percebe-se uma perspectiva de aumento da procura de agentes independente e instituições que buscam local para retiros e workshops de imersão. Quanto a frequência da oferta da E2, agente independente entrevistada, diz que realizam a volta de 3 retiros por ano.

## **b) Perfil e motivação dos turistas espirituais**

Quanto ao perfil e a motivação dos turistas espirituais, as duas entrevistadas apontam a predominância do gênero feminino e referenciam as motivações de autoconhecimento, silêncio, paz, sossego, descanso, que são associadas às categorias identificadas neste trabalho, criadas a partir das entrevistas com os turistas: relaxamento, busca pela espiritualidade e Paz interior. As entrevistadas referem especificamente o seguinte:

**E1:** *“(...) são pessoas que estão a formação, para estudar, **para fazer muito trabalho com elas próprias** (...) são pessoas que de alguma forma procuram o **autoconhecimento**, procuram entrar no **silêncio** numa **paz** e ao mesmo tempo, com formação, para **saírem do lugar onde não estão felizes** onde muitas vezes a vida já não faz sentido continuar a ser como estava a ser e **procuram algo, que as aprofundem**. (...) Também recebi estas ainda são mais recentes, assim como turismo só começou este ano e são de casais. (...) são famílias que vem e procuram **sossego, descanso**, pessoas que no **verão fogem das multidões** e que **vem á procura desta paz, que vem fazer um retiro sem saber que é isso, que procuram**.”*

**E2:** *““(...) querem **se retirar, mexer com a vida delas**, ou porque estão na zona de conforto, ou porque **não estão felizes como estão a viver**. (...) mexer nos medos e **questões de saúde**. (...) muito mais mulheres, normalmente dos 30 para cima. São pessoas que tem **interesse em fazer terapia** chama-se mesmo retiro de **transformação**”*

Estas entrevistadas apontam a insatisfação com a vida atual, como motivação dos seus clientes para consumirem os seus serviços. Conforme apresentada na revisão de literatura desta pesquisa e nas categorias motivacionais apresentadas na análise de dados (tabela 9), a necessidade de quebra da rotina, fuga da vida acelerada, necessidade de relaxamento também foi relatada pela maioria dos turistas entrevistados nesta pesquisa.

### c) Fatores de sucesso e satisfação dos clientes

No tocante aos fatores de sucesso e satisfação do cliente, o acolhimento e proporcionar aos clientes um ambiente acolhedor e familiar é o principal fator de sucesso apontado. Outro fator de sucesso apontado é a transformação interior resultante das atividades realizadas no alojamento promovida pela agente independente. Identifica-se a citação das categorias, natureza, e busca da espiritualidade e paz interior, especificamente nos seguintes excertos:

**E1:** *“O lugar em si mesmo (...), as pessoas dizem que esse lugar é uma energia, é mágico, eu percebo essa magia do lugar é característica dele, o silêncio, que há uma paz que sente, completamente isolado, (...) se levanta com os passarinhos, não é, essas **coisas que a natureza oferece** (...) As pessoas **gostam muito da comida**, sou eu que cozinho, comida vegetariana, que eu faço com muito amor, (..) as pessoas me pedem a receita, **querem que eu escreva um livro e que faça workshop de cozinha.(...) o melhor elogio mesmo é a pessoa dizer que se sentiu em casa.***

**E2:** *“O que eu chamo de sucesso é **as pessoas mergulharem neste retiro**, que tem muitas atividades, muito trabalho corporal e eventualmente emocional e **elas vão trazer isso para a luz e transformar esses padrões**, e claro que se tornam pessoas mais humildes, mais conscientes, mais entregues a vida, mais entendedor da verdade entrar em contato com as suas questões”*

As análises apresentadas acima validam fatores apontados por Parsons, Houge Mackenzie & Filep, (2019), que mencionam que no turismo espiritual e de bem-estar interior, os guias turísticos, gestores do alojamento local e orientadores das atividades com este fim, têm um importante papel de orientador espiritual, proporcionando um ambiente adequado para o despertar dos viajantes, apoiando a jornada interior de autorreflexão e transformação. O que deixa evidente que estes agentes percebem que o agente da oferta tem um papel importante no impacto emocional e conseqüentemente o aumento da fidelização do turista.



#### **d) Efeitos sentidos nos clientes durante e depois da experiência**

Referente ao contato após a experiência, ambas entrevistadas apontaram que mantêm contato com os grupos que tem regularidade na participação das atividades oferecidas. Como exemplo referem um dos clientes do Monte Raiz, que realiza a formação de Psicoterapia com a duração de 3 anos, tendo uma regularidade anual de utilização do alojamento. Esta frequência regular permite a percepção dos efeitos durante e depois da experiência, a partir dos *feedbacks* recebidos dos próprios clientes. No caso das práticas de bioenergética, boa parte dos clientes continuam fazendo praticas semanais. Ambas relataram nas entrevistas a respeito das transformações, que as pessoas realizam mudanças impactantes que são levadas para a rotina do dia a dia:

**E1:** *“(...)Acompanho, algumas pessoas ficam minhas amigas, outras não, as vejo de um ano para o outro.(...) depois muitas também vem com a família, querem trazer a família para este espaço onde gostaram, onde aprenderam muito sobre elas e se sentiram tão bem(...) ali estão em casa, **sentem-se em casa** e isso, ou seja, em retiros ou seja em férias ,eu acho que é isso é essencial, **as pessoas estão descontraídas** (...) isso é por si uma regra pormos a pessoa à vontade (...)eu recebo estes grupos que estão em formação, **que demoram 3 anos para fazer**, as pessoas **vem 3 a 4 vezes ao no monte**, então é bom ver como **as pessoas vão mudando ao longo dos anos**, sempre se sente, as pessoas que vem um fim de semana, vem de uma maneira e saem de outra, já saem com outra cara, outra **leveza, outro ânimo**”*

**E2:** *“**as pessoas não voltam iguais, mexem com padrões que elas sabem que vai fazer a diferença na vida delas.** 90%, para não dizer 100%, **faz a diferença na vida das pessoas**, elas **não voltam iguais**, mexem com padrões, coisas inconscientes ficam conscientes, é muito comum com esse trabalho de bioenergética, viver o presente, é fabuloso (...) sim, **muitos ficam amigos da casa**, uma tribo, fazemos grupos todas as semanas e **muitos ficam fazendo terapia bioenergética semanalmente.** (...) O efeito, sim, percebe, perdura porque continuam a fazer semanalmente. Há pessoas que não fazem e depois de um determinado tempo voltam e percebem que precisam continuar a trabalhar com a sua energia.”*

## e) Impacto da atividade no destino

Com relação ao impacto da atividade no destino a proprietária do Monte Costa Raiz relata que procura consumir e vender produtos da região, bem como está buscando parcerias para oferecer atividades de cunho de espiritualidade e bem-estar interior para a comunidade da região, segundo ela, estão “abrindo caminhos” e o seu trabalho é respeitado na região.

**E1:** *“mas aquilo que eu sinto é que as **peessoas respeitam imenso**. as ajudas que eu peço eu tenho, **tento sempre colocar produtos minha horta na mesa**, mas o quê não consigo vou procurar aqui a nível regional contribuir um pouquinho para economia, que cada vez vai ser mais, **à medida que vai crescendo as outras pessoas crescerão comigo obviamente**, a nível local colocar o máximo de produtos possível e depois também tento vender. (...) tenho proposto para algumas pessoas que conheço a muitos anos, fazerem aqui **workshops de 3 dias, uma semana para as pessoas daqui** (...),possibilitar isso, as pessoas estarem em um retiro sem precisar estar dormindo lá., poderem ir e vir ,as pessoas vão passar um dia ,mas vai dormir a casa com a família ,o marido(...)aqui as pessoas também querem, estão sedentas disto e hoje já se fala dessas coisas já é normal, a espiritualidade ainda bem , **aqui estamos abrindo caminho**”.*

A segunda entrevistada relata sobre a contribuição positiva do trabalho principalmente no que tange ao aspeto energético. Diz que contribui para a qualificação da qualidade da energia do local, dos participantes e para o ambiente ali a volta.

**E2:** *“Eu sinto que é muito, muito positivo, se o impacto não se vê logo, mas energeticamente, com certeza, para o espaço, para o ambiente ali a volta, para as famílias das pessoas, para tudo. Eu sou completamente fã do trabalho de bioenergética. Impacto na economia, não tenho a menor dúvida. A partir do momento que ele torna as pessoas mais conscientes, mais livres, como mais cuidado com o ambiente e com os outros.”*

Assim como os agentes da oferta, os turistas espirituais entrevistados também referiram o impacto econômico que geram no local, através do consumo dos produtos locais e da utilização dos serviços oferecidos. Além disto também relataram que a partir do momento que se sentem transformados internamente há uma contribuição para a melhoria da energia do destino.

## f) Futuro do desenvolvimento do turismo espiritual no Alentejo

No tocante ao futuro do desenvolvimento do Alentejo ambas entrevistadas reconhecem o potencial de desenvolvimento relacionado ao turismo espiritual. A E1 apesar de ter uma preocupação com a conjuntura atual, ressalta que ter um turismo relacionada a retiros traz mais segurança com relação ao desenvolvimento económico do seu negócio.

**E1:** *“Olha tenho e não tenho. Tenho uma preocupação do que estamos a viver neste momento. Acho que não ter uma preocupação a nível desse momento, não sabe. Eu acho que ter um turismo ligado aos retiros, (...), mas acho, quem quer fazer, **pode vir para um retiro e deixar as férias perceber.** Porque vir no retiro, pessoa está empenhada com o seu desenvolvimento, está empenhada aí, **é algo que vai poupar dinheiro e vai para gastar dinheiro nisso. É diferente, se calhar vai passar uma semana de férias, não faz sentido, mas investir a si próprio,** eu tenho visto isso ao longo tempo, há pessoas que é mais complicado, **mas vão poupando e fazem aquilo que é bom para elas.** Então ao mesmo tempo preocupa-me a conjuntura toda obviamente, mas pronto não me preocupa tanto, **me preocuparia mais se eu só tivesse turismo.**”*

Quando feita esta pergunta para a entrevistada E2, ela aponta que o alojamento onde realiza os retiros (Monte Costa Raiz), já está gerando um impacto positivo para o desenvolvimento do turismo espiritual na região do Alentejo. Relata que muitos moradores da região já estão buscando informações sobre as atividades espirituais desenvolvidas no alojamento.

**E2:** *“já está a fazer isso, tem pessoas que estão indo ao monte que já estão começando a questionar **o que é meditação, o que é Yoga, saber o que é yoga, bioenergética.** É um fator que **vai abrir a mentalidade das pessoas ali na aldeia.** Ela mesmo, a proprietária do Monte Costa Raiz, já deu curso de comida vegetariana, porque é um Monte que está virado para tudo isso.*

Os relatos apresentados acima, vão ao encontro das características peculiares da região alentejana, principalmente no tocante a sua natureza preservada.

No tópico a seguir será realizado a caracterização da região do Alentejo NutII.

## 4.4. Análise do potencial do Alentejo como destino de turismo espiritual

Esta subsecção tem o objetivo de caracterizar a região do Alentejo e apontar as potencialidades da região para o desenvolvimento do turismo espiritual. Inicia-se com a caracterização geográfica e demográfica, seguida da caracterização turística e sugestões para o desenvolvimento do turismo espiritual no Alentejo.

#### 4.4.1. Caracterização do Alentejo NUT II

##### a) Caracterização geográfica e demográfica

A região do Alentejo (figura 7) é a maior região de Portugal, em termos de dimensão geográfica, e inclui– Baixo Alentejo (Distrito de Beja); Alentejo Central (Distrito de Évora); Alto Alentejo (Distrito de Portalegre) e Alentejo Litoral (Concelhos de Alcácer do Sal, Grândola, Santiago do Cacém, Sines e Odemira) e Lezíria do Tejo, Lezíria do Tejo. Possui os rios Guadiana, Mira, Sado e Tejo (INE, 2022).

Figura 8: Mapa do Alentejo NUT III



Fonte INE (2022)

Os investimentos governamentais estruturantes, somados ao fortalecimento das relações com os territórios da fronteira espanhola reforçam as relações exteriores projetando Alentejo nacionalmente e internacionalmente para uma nova inserção geoeconómica (Alentejo, 2019).

Esta região teve fortes influências pré-históricas, árabes e romanas nas suas expressões patrimoniais e documentais. Destaca-se em Évora o Templo Romano (séc. I d.C.) e o monumento pré-histórico Cromeleque dos Almendres, que é um dos vários monumentos megalíticos do Alentejo. Sabe-se que os praticantes da espiritualidade, valorizam a cultura ancestral e sua preservação, uma vez que são locais de antiga relação com a natureza e seus ciclos (Évora,2023).

Tabela 14: Riquezas Naturais e caracterização sociodemográfica do Alentejo

<b>Riquezas Naturais (7,5% do seu território)</b>	<b>Caracterização demográfica</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Parque Natural do Sudoeste Alentejano e Costa Vicentina</li> <li>• Reserva Natural do Estuário do Sado,</li> <li>• Parque Natural da Serra de S. Mamede,</li> <li>• Parque Natural do Vale do Guadiana</li> <li>• Refúgio Ornitológico do Monte do Roncão</li> </ul>	<p>259. 876 residentes            21 cidades            66 vilas            299 freguesias.</p>

Fonte elaboração própria baseado em INE (2022)

No seu património natural, o Alentejo inclui o Parque Natural do Sudoeste Alentejano e Costa Vicentina, Reserva Natural do Estuário do Sado, Parque Natural da Serra de S. Mamede, Parque Natural do Vale do Guadiana e Refúgio Ornitológico do Monte do Roncão. Esta riqueza e diversidade biológica protegida, compreende cerca de 7,5% do seu território. De acordo com os dados apresentados no INE (2022) a região tem uma área de 31605 km<sup>2</sup> e uma temperatura média anual de 17,4º C.

A população de residentes é de 699 420 residentes em 21 cidades com 66 vilas e 299 freguesias (tabela 13), convém apontar que de acordo com os resultados do censo 2021, houve um decréscimo de -0,7%.

## b) Caracterização turística

De acordo com os dados definitivos do Censo de 2021, a região do Alentejo não sofreu um impacto intenso devido ao Covid -19 (Tabela 13). Em comparação aos números de 2019 o ano 2021 não diferiu muito no que se refere a oferta hoteleira. (Intelligence, 2022).

Tabela 13: Dados do turismo no Alentejo

Estabelecimentos 744	+11% face a 2020 -1% face a 2019
Quartos 11.698	+8% face a 2020 -0,2% face a 2019
Camas 25.347	+7% face a 2020 -2% face a 2019
Estada média	2 noites

Elaboração própria baseado em (Intelligence, 2022)

Em relação a tipologia turística, o turismo rural no Alentejo ficou em segundo lugar com relação aos índices de dormidas (21,5%), o primeiro foram os hotéis com 39,7% (Turismo Portugal,2022).

Relativamente ao turismo rural no Alentejo, parece ser um dos principais tipos de alojamento a considerar para desenvolver o turismo espiritual numa região. Percebe-se um aumento na oferta desta tipologia turística. A região do Alentejo é segunda com maior procura por este segmento específico com 26,6%. A média de rendimento por quarto disponível foi 35,9 euros. As áreas pouco povoadas no Alentejo foram predominantes com relação as dormidas, apresentando resultado de 55,1%.(INE, 2022)

A Natureza foi apontada por todos os entrevistados como fator importante para a realização espiritual. Paisagens naturais preservadas, locais silenciosos foram apontados como importantes para sair da rotina acelerada do dia a dia. Sendo assim convém apontar que o Alentejo possui estas características através da sua ruralidade e natureza preservada. Serras e montanhas verdejantes, com natureza autêntica e preservada. Com 70km de costa, considerada uma das mais preservadas da Europa, onde a costa e o rural se encontram (Alentejo, 2019.), esta região tem recursos naturais privilegiados para aproveitar para o desenvolvimento deste tipo de turismo.

O Alentejo tem grandes e reconhecidas potencialidades para desenvolver e fomentar o turismo espiritual e de bem-estar interior. Uma região preservada, com um valioso património material e imaterial.

A cidade de Évora, foi a cidade alentejana escolhida para ser a Capital Europeia da Cultura em 2027(CCDR,2023) A sua candidatura deu-se a partir do “*Vagar*”, que se baseia na herança cultural peculiar, bem como modo alentejano de ser, estar e viver, onde valoriza-se a vida em um ritmo menos acelerado. Os achados desta pesquisa, bem como as referências bibliográficas utilizadas, apontam para o interesse do turista espiritual em fugir da vida acelerada moderna. O Vagar Alentejano traz essa possibilidade, através dos seus patrimônios materiais e imateriais, de proporcionar um ambiente que vai ao encontro desta necessidade.

A necessidade de sair da rotina e relaxar, para desacelerar da vida agitada dos tempos modernos foi apontada pelos artigos que fundamentam esta tese bem como pelos entrevistados. Localidades com estas características, de acordo com a literatura proporcionam uma sensação de desaceleração do tempo, uma das motivações relatadas pelos turistas espirituais(Dillette et al., 2019).

Considerando a caracterização do Alentejo, apresentada nas secções anteriores, constata-se que esta região de Portugal parece reunir um conjunto de recursos naturais e culturais com forte potencial para integrar no desenvolvimento de produtos relacionados com o turismo espiritual, como se tentará refletir mais aprofundadamente na secção que se segue.

#### **4.4.2 Sugestões para o desenvolvimento do turismo espiritual no Alentejo**

Percebe-se um grande potencial de desenvolvimento turístico para o Alentejo aumentar a atração de turistas espirituais à região. Foi referenciado pelos entrevistados que a experiência gastronómica local com alimentos produzidos na horta, cultura preservada, e pequenos vilarejos são fatores importantes para este perfil de viajante atingir seus objetivos de fuga da rotina, relaxamento e demais fatores relacionados à espiritualidade ao bem-estar interior. Fica claro, através dos discursos dos turistas e agentes da oferta entrevistados, bem como na literatura, o interesse em provar a alimentação tradicional local, alimentos produzidos na horta, contacto com

a cultura preservada e pequenos vilarejos (Moal-Ulvoas, 2017). Como analisado na secção anterior, os recursos gastronómicos do Alentejo são um fator altamente diferenciador e basilar da cultura da região. Assim, acredita-se que esta região poderá explorar esta dimensão da sua cultura para se diferenciar também e atrair este segmento de visitantes, apostando nos seus pratos típicos que vão ao encontro das necessidades e preferências destes turistas – forte ligação aos recursos locais e riqueza de aromas e sabores.

A partir da análise e discussão dos dados, constatou-se a grande importância do ambiente natural, autêntico e silencioso, pois o contato com as belas paisagens e a exuberância da natureza, de acordo com relato nas entrevistas reporta automaticamente ao bem-estar interior, a conexão profunda consigo mesmo, com o universo e com os elementos da natureza, etc. O sentir-se parte do todo, de algo maior, faz com que os viajantes entrem em contato com valores profundos como paz interior, conexão, amor, êxtase, tranquilidade mental, dentre outras. O sair da rotina acelerada do dia a dia, são motivações deste turista (Dillette et al., 2019).

À semelhança do estudo de Abdul at.al (2021) os dados desta investigação sugerem, que recursos naturais são estimuladores espirituais e podem criar um alvo de mercado turístico que colabora de forma positiva para o desenvolvimento sustentável do turismo espiritual. Estas características entram em consonância com a região do Alentejo que tem natureza exuberante e preservada, sendo um local que acolhe vários tipos de práticas relacionadas com espiritualidade, também em consequência da abundância dos referidos Cromeleques, que são locais de antigos rituais ligados à natureza e seus ciclos (solstícios e equinócios) Os Cromeleques possuem uma forte referência “*mágico-simbólica*”, sendo um espaço de cunho sagrado ao longo dos tempos (Évora,2023).

Outro aspeto presente nos depoimentos da maioria dos entrevistados foi a prática de atividades físicas e desporto como um dos elementos atrativos para este turista. Os depoimentos corroboram o estudo de Amaro et al. (2018), que diz que além dos fatores motivadores como espiritualidade, a prática de atividade física e a necessidade de viver novas experiências para sair da pressão do dia a dia, apontam o desporto ao ar livre como um incitador do bem-estar interior.

O exemplo das entrevistadas que realizaram o Caminho Português de Santiago Compostela, reforça as motivações referentes ao desafio físico como forma de alcançar o bem-estar interior. A região do Alentejo possui a Rota Vicentina, bem como trilhos relacionados ao Caminho de Santiago, que é recorrente objeto de estudos na literatura científica, sendo considerado uma das vertentes do turismo espiritual. Acresce que é uma região com muitos itinerários, quer pedestres, quer de bicicleta, bem como outros recursos relacionados com a Água e desportos aquáticos, na região do Alqueva, por exemplo, que podem ser diferenciadores e potenciadores do desenvolvimento desta oferta de turismo espiritual no Alentejo.



Na tabela 14 tem-se uma síntese dos pontos congruentes entre os discursos dos turistas espirituais entrevistados e descritos na literatura e o Alentejo. Na coluna mais a direita tem-se a identificação da referência dos estudos que também apontam para esta congruência.

Tabela 14 - Potencialidades do Alentejo para o desenvolvimento do turismo espiritual.

O que o Turista espiritual valoriza e busca	O que o Alentejo oferece	Estudos que também identificam esse aspeto
Conexão com a natureza	Natureza original preservada, autêntica e silenciosa; Ruralidade; região com baixa densidade populacional; oferta existente de Turismo em espaço rural	Sheldon (2020)
Quebrar a rotina e fugir de lugar agitados - Relaxamento, sossego, Paz interior		Dillette et al.( 2019); Moal-Ulvoas (2017).
Conhecer a gastronomia, história e cultura local	Ruralidade, Património material e imaterial preservados, pequenos vilarejos típicos	Cheer et al. (2017); Moal-Ulvoas (2017).
Bem-estar físico e atividade física na natureza	Rota Vicentina e trilhos, como por exemplo relacionados ao Caminho de Santiago.	Amaro et.al (2018)

Fonte: Elaboração própria

A tabela acima mostra claramente a existência de características na região do Alentejo para desenvolver o turismo espiritual. Partir dos resultados desta pesquisa, que corroboram a literatura científica, percebe-se que o Alentejo tem o ambiente propício para a satisfação desta tipologia turista em crescente desenvolvimento e com forte potencial de contribuição para a sustentabilidade dos destinos. Observou-se igualmente que parece não existir ainda uma oferta deste produto na região, que se apresente de forma estruturada e bem divulgada, apesar de se terem encontrado alguns exemplos de produtos que parecem já começar a desenvolver-se na região.

## **5. CONCLUSÕES**

### **5.1. Introdução**

Esta investigação teve como objetivo principal identificar as motivações e o perfil do turista espiritual em Portugal, bem como analisar algumas ofertas do turismo espiritual no Alentejo e potencial desta região para desenvolvimento do produto. Além disto procurou-se contribuir para o enriquecimento do referencial teórico sobre o perfil e comportamento do turista espiritual, auxiliando os gestores de turismo a encontrarem meios eficientes para atrair este turista numa região concreta – o Alentejo.

Neste capítulo apresentam-se as conclusões finais, contribuição do estudo, e por fim as limitações e sugestões para futuros estudos.

### **5.2. Principais conclusões do estudo**

Através da revisão de literatura constatou-se a diferença entre turista espiritual moderno e o peregrino religioso. Considerou-se como objeto de estudo, para esta dissertação, o turista que viaja por motivos espirituais sem cunho religioso. Os dados apontam que a necessidade de fuga do stress diário e da agitação da vida moderna, são estímulos motivacionais para os turistas iniciarem a viagem em busca de si mesmo, do relaxamento, da clareza mental, conexão com algo maior e reflexão sobre a vida.

Verificou-se nesta investigação que o turista espiritual valoriza as paisagens naturais preservadas, bem como os patrimónios materiais e imateriais do destino. Busca a interação cultural genuína, pois quer mergulhar na cultura local, experimentando seus sabores, cultura tradicional e belezas do ambiente, esses são importantes elementos para este turista atingir os seus objetivos da viagem.

Singleton (2017) e Gilli & Palmisano (2021), indicam que o hábito de empreender jornadas até lugares distantes de casa, com o objetivo de atingir o crescimento espiritual, é secular. Pessoas se deslocam pelo mundo em busca de realização espiritual. Assim, este tipo de turismo envolve

um projeto auto consciente em busca do bem-estar interior (Moufakkir & Selmi, 2018). Viajantes saem das suas residências em busca de ambientes que proporcionem uma imersão ao autoconhecimento e contato com o âmbito mais profundo do seu ser.

O turismo tem sido visto como um meio de contemplar esta demanda (Sharpley & Jepson, 2011). De acordo com Gezon (2018), viajar oferece aos indivíduos novas maneiras de vivenciar, entender e praticar a vida e a espiritualidade.

Os fatores motivacionais encontrados no estudo empírico desenvolvido, não só corroboram os artigos científicos analisados, bem como apontam um caminho muito favorável aos investimentos na melhoria desta oferta na região do Alentejo.

Constatou-se que este produto já existe na região, vindo este estudo trazer mais informações sobre os fatores que determinam a escolha do destino de viagem por este perfil de viajante.

A fuga da rotina, transformação, relaxamento foram necessidades referidas por estes turistas, mas também a interação com pessoas com propósitos semelhantes, o que pode contribuir para a ofertas de produtos turísticos direcionadas para nichos de mercado com interesses congruentes.

Bhalla, Chowdhary & Ranjan. (2021) analisa o turismo espiritual como cura psicoterapêutica pós COVID-19 e referencia que viajar com o enfoque espiritual no âmbito não religioso proporciona um alívio dos sintomas do estresse pós-Covid 19.

*“Mudar o turismo deve começar dentro de cada um de nós à medida que atualizamos nossa visão da realidade para estar mais de acordo com o que nossos corações e as descobertas da ciência moderna nos dizem” (Pollock, 2015, p. 6 por Sheldon, 2020).* Esta citação oferece uma reflexão sobre a necessidade da mudança interior que irá refletir nas atitudes exteriores, auxiliando no desenvolvimento de um turismo mais consciente, conectado com o todo e principalmente da natureza.

A sensação de pertencimento, o sentir-se parte do outro, são elementos que irão auxiliar no fortalecimento de um turismo mais sustentável onde a preservação dos patrimónios materiais e imateriais é fator importante. Foi apontado, através da literatura e pelos resultados desta investigação, que os efeitos positivos de transformação interior podem perdurar e refletir no modo de vida depois da viagem, o que pode resultar numa mudança de atitude perante a sociedade.

Conforme foi apresentado neste trabalho, o Alentejo já oferece opções de turismo espiritual. A partir do depoimento da entrevista E1 que diz que: *“(…), ainda estou no início deste processo de forma mais formalizada digamos assim, tão a dar a me conhecer agora, tudo que acontece vai sendo de boca”*. Sugere-se que haja mais a apoio das entidades governamentais

gestoras do desenvolvimento turístico na região, proporcionando orientação para gerir o plano de negócios, captação de incentivos financeiros, criação de plataformas para divulgação destes serviços, bem como consultorias para sustentabilidade, gestão e organização dos empreendimentos.

A partir dos relatos e dos estudos que fundamentam este trabalho, percebe-se que o Alentejo com suas paisagens naturais preservadas, arquitetura e gastronomia típicas preservadas tem forte potencial para aumentar esta oferta, pois todos estes atributos vão ao encontro das motivações do turista espiritual.

### **5.3. Contribuições teóricas e práticas**

A realização desta pesquisa contribuiu para sistematizar o referencial teórico sobre o turismo espiritual, auxilia na compleição e verificação do que tem sido apresentado nos repositórios científicos sobre este tema, bem como informa aos gestores de turismo o que este viajante valoriza e qual seu comportamento.

Uma vez que não foi encontrado nenhum artigo científico referente ao turismo espiritual no Alentejo, com este trabalho, tem-se a contribuição para auxiliar no desenvolvimento de novos artigos neste pois esta pesquisa deu um contributo metodológico, no sentido em que se desenvolveram instrumentos de recolha de dados, os guiões de entrevista, para aplicar antes depois da viagem dos turistas, bem como guiões de entrevista aos agentes da oferta.

Ademais contribuiu para o criar um quadro conceptual sobre o perfil e a motivação do turista espiritual, o que poderá auxiliar as organizações de gestão de destinos, operadores turísticos e proprietários de alojamentos, gestores de marketing a planearem propostas turísticas que se alinhem com os interesses deste público na região do Alentejo.

## **5.4. Limitações do estudo**

Com relação as limitações desta investigação, não foram encontrados artigos referentes ao turismo espiritual no Alentejo, sendo assim os estudos que referenciam esta pesquisa não continham informações que abordassem as características peculiares desta região.

Outro fator limitante foi que o número de entrevistas ficou aquém do desejado, a disponibilidade das pessoas, dificuldade em identificar turistas disponíveis, com características mais distintas uns dos outros, foram fatores que limitantes para atingir uma amostra maior e mais diversificada. Com relação as limitações relativas à abordagem à oferta, apesar de terem sido identificados 14 entidades que oferecem turismo espiritual, só foi possível realizar a entrevista com apenas 2 gestores da oferta. Fez-se o contato por e-mail e telefone com todos os identificados, no total 4 se dispuseram a participar, mas após alegaram falta de tempo devido a rotina atribulada, ou simplesmente não responderam mais quando contatados.

## **5.5. Sugestões para investigação futura**

Este estudo permitiu responder algumas questões sobre o perfil e a motivação do turista espiritual no Alentejo. Aponta-se como relevantes para investigações futuras, mais estudos sobre este tema com um número maior de entrevistados e metodologia mista.

Sugere-se futuros estudos com uma variação maior de gênero, pois neste estudo predominou o gênero feminino.

Estudos no âmbito do turismo espiritual constituem uma oportunidade identificar o interesse e comportamento deste turista para melhorar a oferta e aumentar a fidelidade ao local, aumentando assim as chances de retorno ao destino. Sugere-se estudos específicos sobre os agentes de oferta do turismo espiritual e bem-estar interior na região do Alentejo, para conhecer com mais profundidade como estes agentes percebem estes turistas e suas motivações.

Pesquisas sobre a relação entre o turismo espiritual e a natureza, também podem ser de mais-valia para o Alentejo, que possui grandes áreas de naturais. É necessário um aumento de estudos na área do turismo espiritual, pois conforme apontado no tópico das limitações do estudo, são poucos os que existem especificamente sobre o turismo espiritual em Portugal e, no caso da região do Alentejo, também não foram encontrados estudos específicos.

Por fim, espera-se que este estudo, bem como as sugestões apontadas acima, contribuam para o crescimento do turismo espiritual no Alentejo.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abdul Halim, M. S., Tatoglu, E., & Mohamad Hanefar, S. B. (2021). a Review of Spiritual Tourism: a Conceptual Model for Future Research. *Tourism and Hospitality Management*, 27(1), 119–141. <https://doi.org/10.20867/thm.27.1.8>
- Alfanges, H. d. (2021). *Herdade dos Alfanges*. Acesso em 31 de 05 de 2022, disponível em <https://www.herdadedosalfanges.com/pt/retreats>
- AllteraHub. (2021). Acesso em 23 de Maio de 2022, disponível em <https://www.allterahub.com/eventos/>
- Amaro, S., Antunes, A., & Henriques, C. (2018). A closer look at Santiago de Compostela's pilgrims through the lens of motivations. *Tourism Management*, 64, 271–280. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.09.007>
- Ashton, A. S. (2018). Spiritual retreat tourism development in the Asia Pacific region: investigating the impact of tourist satisfaction and intention to revisit: a Chiang Mai, Thailand case study. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 23(11), 1098–1114. <https://doi.org/10.1080/10941665.2018.1526198>
- 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>
- ATM – Edições e Publicidade, Lda. (21 de Fevereiro de 2021). *AMBITUR*. Acesso em 23 de Maio de 2022, disponível em <https://www.ambitur.pt/reportagem-uma-viagem-espiritual-pelos-caminhos-de-portugal/>
- Bhalla, R., Chowdhary, N., & Ranjan, A. (2021). Spiritual tourism for psychotherapeutic healing post COVID-19. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 38(8), 769–781. <https://doi.org/10.1080/10548408.2021.1930630>
- Booking. (2019). *The future of travel*. <https://www.webintravel.com/WITFiles/Singapore - The Future of Travel.pdf>
- Bowers, H., & Cheer, J. M. (2017). Yoga tourism: Commodification and western embracement of eastern spiritual practice. *Tourism Management Perspectives*, 24, 208–216. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2017.07.013>
- Buzinde, C. N. (2020). Theoretical linkages between well-being and tourism: The case of self-determination theory and spiritual tourism. *Annals of Tourism Research*, 83(September 2019), 102920. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102920>
- By Tripaneer. (2022). *Book Yoga Retreat*. Acesso em 30 de 05 de 2022, disponível em <https://www.bookyogaretreats.com/es/all/c/yoga-reiki/d/europa/portugal/alentejo>
- By Tripaneer. (2022). *Into the Wild Portugal*. Acesso em 30 de 05 de 2022, disponível em <https://www.bookyogaretreats.com/es/into-the-wild-portugal>
- By Tripaneer. (2022). *Book Yoga Retreat*. Acesso em 30 de 05 de 2022, disponível em Monte Maravilha: <https://www.bookyogaretreats.com/es/monte-maravilhas-1/8-dias-de-retiro-de-yoga-en-medio-de-la-naturaleza-de-alentejo-odemira>
- By Tripaneer. (2022). *Book Yoga Retreat*. Acesso em 30 de 05 de 2022, disponível em <https://www.bookyogaretreats.com/es/cachopas-yoga-nature-lodge/7-dias-de-retiro-de->

- comida-para-el-alma-en-la-naturaleza-con-yoga-y-meditacion-en-odeceixe-portugal  
*Cachopas Yoga Nature Lodge*. (2021). (Webnode, Produtor) Acesso em 30 de 05 de 2022, disponível em <https://www.cachopas-yoga-nature-lodge.com/>
- CCDR Alentejo. *Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Alentejo*(2021). Acesso em 23 de 06 de 2021, disponível em CCDR Alentejo: <https://www.ccdr-a.gov.pt/mapas/>
- CCDR Alentejo .*Comissão de Coordenação e desenvolvimento Regional do Alentejo*. (2023.). Acesso em 02 de 11 de 2023, disponível em <https://www.ccdr-a.gov.pt/evora-e-capital-europeia-da-cultura-em-2027/>Choe, J., & O'Regan, M. (2020). Faith manifest: Spiritual and mindfulness tourism in Chiang Mai, Thailand. *Religions*, 11(4). <https://doi.org/10.3390/rel11040177>
- Cocoon . (2022). Acesso em 26 de 05 de 2022, disponível em Cocoon Portugal: <https://www.cocoonportugal.com/programs>
- Curcio, C. S. S., & Moreira-Almeida, A. (2019). Investigação dos conceitos de religiosidade e espiritualidade em amostra clínica e não clínica em contexto brasileiro: Uma análise qualitativa. *Interacao Em Psicologia*, 23(2), 281–292. <https://doi.org/10.5380/psi.v23i02.65434>
- Dillette, A. K., Douglas, A. C., & Andrzejewski, C. (2019). Yoga tourism—a catalyst for transformation? *Annals of Leisure Research*, 22(1), 22–41. <https://doi.org/10.1080/11745398.2018.1459195>Évora, C. M.(2023). *Évora, Camara Municipal*. Acesso em 11 de 02 de 2023, disponível em cm-evora.p: <https://www.cm-evora.pt/locais/cromeleque-dos-almendres>
- Fundo para Inovação Social. (n.d.). *Lista NUTSII Norte Centro Alentejo*. <https://www.fis.gov.pt/wp-content/uploads/2019/03/Lista-NUTS-II-Norte-Centro-Alentejo.pdf>
- Gezon, L. 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. <https://doi.org/10.1080/14766825.2017.1310217>
- Gilli, M., & Palmisano, S. (2021). Spiritual seekers in esoteric tourism contexts. The Damanhur community in Italy. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 0(0), 1–13. <https://doi.org/10.1080/14766825.2021.1880417>
- Godoy, A. S. (1995). Uma revisão histórica dos principais autores e obras que refletem esta metodologia de pesquisa em Ciências Sociais. *Revista de Administração de Empresas*, 23(2), 57–63. <https://doi.org/10.1590/s0103-73312017000100018>
- Instituto Nacional de Estatística - Região Alentejo em números : 2020. Lisboa : INE, 2022. Disponível na www: <url:<https://www.ine.pt/xurl/pub/280777308>>. ISSN 1654-0108. ISBN 978-989-25-0590-9Intelligence, D. de G. de C. D. de B. (2022). *Turismo no Alentejo 2021*. <https://travelbi.turismodeportugal.pt/turismo-em-portugal/turismo-em-portugal-2021/>
- Jaiswal, P., & Duggal, C. (2019). When the Ghats Call: An Exploration of the Spiritual Identity Development of Non-Indian Visitors in the Landscape of Varanasi. *Psychological Studies*, 64(2), 200–212. <https://doi.org/10.1007/s12646-019-00489-z>
- Jiang, T., Ryan, C., & Zhang, C. (2018). The spiritual or secular tourist? The experience of Zen meditation in Chinese temples. *Tourism Management*, 65, 187–199. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.10.008>
- Kastenholz, E.; Lima, J. & Sousa, A. J. (2012). A metodologia qualitativa no estudo da



- experiência turística em contexto rural: o caso do Projeto ORTE. In *GOVCOPP Tourism Working* (Issue 1).
- Kujawa, J. (2017). Spiritual tourism as a quest. *Tourism Management Perspectives*, 24, 193–200. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2017.07.011>
- Lima, J. I. S. de. (2015). *Turismo em família: A importância do turismo para famílias economicamente carenciadas*. Universidade de Aveiro.
- Lifestyle, W. (2021). *Clevermeals*. Acesso em 26 de 05 de 2022, disponível em <https://blog.clevermeals.co/retiros-zen/Moal-Ulvoas>, G. (2017). Positive emotions and spirituality in older travelers. *Annals of Tourism Research*, 66, 151–158. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2017.07.020>
- Li, J., Pan, L., & Hu, Y. (2021). Cultural involvement and attitudes toward tourism: Examining serial mediation effects of residents' spiritual wellbeing and place attachment. *Journal of Destination Marketing and Management*, 20(September 2020), 100601. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2021.100601>
- Monte do Almo-Alojamneto Familiar Compassivo no Alentejo*. (2021). Acesso em 05 de 08 de 2022, disponível em <https://montedoalmo.com/>
- Monte Maravilhas*. (2022). Acesso em 05 de 08 de 2022 disponível em <https://www.montemaravilhas.com/pt-pt/ferias-ativas-baixo-alentejo/agenda/>
- Moufakkir, O., & Selmi, N. (2018). Examining the spirituality of spiritual tourists: A Sahara desert experience. *Annals of Tourism Research*, 70(September 2017), 108–119. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2017.09.003>
- Moal-Ulvoas, G. (2017). Positive emotions and spirituality in older travelers. *Annals of Tourism Research*, 66, 151–158. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2017.07.020>
- Norman, A., & Pokorny, J. (2017). Meditation retreats: Spiritual tourism well-being interventions. *Tourism Management Perspectives*, 24, 201–207. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2017.07.012>
- Olival das Hortas. (2017). *Olival das Hortas*. Acesso em 30 de 05 de 2022, disponível em <https://www.olivaldashortas.com/nl/>
- Parsons, H., Houge Mackenzie, S., & Filep, S. (2019). Facilitating self-development: how tour guides broker spiritual tourist experiences. *Tourism Recreation Research*, 44(2), 141–152. <https://doi.org/10.1080/02508281.2019.1582159>
- Paül i Agustí, D. (2018). Characterizing the location of tourist images in cities. Differences in user-generated images (Instagram), official tourist brochures and travel guides. *Annals of Tourism Research*, 73(August), 103–115. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2018.09.001>
- Progano, R. N., Kato, K., & Cheer, J. M. (2021). Visitor diversification in pilgrimage destinations: comparing national and international visitors through means-end. *Tourism Geographies*, 23(4), 833–854. <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1765013>
- Quinta Camarena*.(2022). Acesso em 27 de 05 de 2022. disponível em <https://www.quintacamarena.com/notsoseriousretreat>
- Rahmawati, P. I., Jiang, M., Law, A., Wiranatha, A. S., & DeLacy, T. (2019). Spirituality and corporate social responsibility: an empirical narrative from the Balinese tourism industry. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(1), 156–172. <https://doi.org/10.1080/09669582.2018.1513006>
- Ribatejo, T. d. (2019). *Alentejo Caiado de Fresco*. Acesso em 10 de 11 de 2022, disponível em <https://www.visitalentejo.pt/>

- Rit Mundo. (2022.). Acesso em 23 de Maio de 2022, disponível em <https://www.ritmundo.com/20-melhores-retiros-espirituais-em-portugal/>
- Rota Vicentina. (2022). Acesso em 24 de 05 de 2022, disponível em <https://rotavicentina.com/holidays/walking-meditation-mindful-walking/>
- Seilão da Eira -Turismo Rural no Alentejo. (2022). Acesso em 05 de 08 de 2022, disponível em <https://www.selaodaeira-salgadinho.com/>
- Singleton, A. (2017). The summer of the Spirits: Spiritual tourism to America's foremost village of spirit mediums. *Annals of Tourism Research*, 67(January), 48–57. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2017.08.002>
- Sharpley, R., & Jepson, D. (2011). Rural tourism A spiritual experience? *Annals of Tourism Research*, 38(1), 52–71. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2010.05.002>
- Sheldon, P. J. (2020). Designing tourism experiences for inner transformation. *Annals of Tourism Research*, 83(March), 102935. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102935>
- Singleton, A. (2017). The summer of the Spirits: Spiritual tourism to America's foremost village of spirit mediums. *Annals of Tourism Research*, 67(January), 48–57. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2017.08.002>
- Vada, S., Prentice, C., & Hsiao, A. (2019). The influence of tourism experience and well-being on place attachment. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 47(December 2018), 322–330. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2018.12.007>
- Tripeneet, B. (2022). Obtido em 30 de 05 de 2022, disponível em Yoga Book Retreat: <https://www.bookyogaretreats.com/es/the-reset/4-day-joy-reset-group-coaching-meditation-and-yoga-retreat-in-alentejo>
- Tripeneet, B. (2022.). Acesso em 30 de 05 de 2022, disponível em Yoga Book Retreat: <https://www.bookyogaretreats.com/es/the-reset/4-day-joy-reset-group-coaching-meditation-and-yoga-retreat-in-alentejo>
- Turismo de Portugal. (2022)- Departamento. de Gestão . de Conhecimento. Departamento . de Business Inteligence. *Turismo no Alentejo 2021*. <https://travelbi.turismodeportugal.pt/turismo-em-portugal/turismo-em-portugal-2021/>
- UNWTO-World Tourism Organization. (2013). International Conference on Spiritual Tourism for Sustainable Development. In *Spiritual Tourism for Sustainable Development* (Issue November). Published by the World Tourism Organization (UNWTO). [http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/vietnam\\_brochure9\\_web-1.pdf](http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/vietnam_brochure9_web-1.pdf)
- Wang, J., Luo, Q., Huang, S. (Sam), & Yang, R. (2020). Restoration in the exhausted body? Tourists on the rugged path of pilgrimage: Motives, experiences, and benefits. *Journal of Destination Marketing and Management*, 15(January). <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2019.100407>
- Wang, Y. C., Chen, P. J., Shi, H., & Shi, W. (2021). Travel for mindfulness through Zen retreat experience: A case study at Donghua Zen Temple. *Tourism Management*, 83(August 2020), 104211. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.104211>

## APÊNDICES

## Apêndice 1 – Guião de Entrevista – Questões anteriores à viagem

1. Qual o destino, data e duração da sua próxima viagem?
2. Já fez outras viagens anteriormente para as quais tinha motivações semelhantes? Se sim, como foi/foram a(s) experiência(s)?
3. Que fatores foram determinantes para a escolha deste destino em detrimento de outros? (por exemplo, características do destino, meio de transporte, preço, atividades, alojamento ...)
4. E relativamente a fatores internos, **seus**, o que o motivou a fazer esta viagem?
5. Considera que o ambiente natural e suas características serão importantes para atingir seus objetivos na viagem? Porquê?
6. Considera que o ambiente cultural e suas características serão importantes para atingir seus objetivos na viagem? Porquê?
7. Considera que o ambiente social (comunidade do destino, outros turistas no destino, grupo de viagem...) será importante para atingir seus objetivos na viagem? De que forma?
8. Quais os efeitos/benefícios que espera retirar da viagem?
9. Na sua escolha de destino/serviços considerou preocupações de sustentabilidade (ambiental, social, cultural...)? Se sim, de que forma?

### Perfil sociodemográfico

- Idade e Género:

- Profissão:

- Concelho de residência:

- Nacionalidade (país em que nasceu):

- Nível de escolaridade que completou:

- Estado civil:

- Situação familiar (com quem vive, se tem filhos – de que idade, ...):

- Pratica alguma atividade relacionada com espiritualidade (religião, práticas alternativas como yoga, ...)? Se sim, qual?

- Tem algum credo religioso (praticante ou não de, por exemplo, cristianismo, budismo, islamismo, judaísmo, ...)? Se sim, pode referir qual?

- Rendimento **mensal**, médio, **líquido** (em Euros):

0 a 500

2.001 a 4.000

8.001 a 10.000

501 a 1.000

4.001 a 6.000

10.001 ou +

1.001 a 2.000

6.001 a 8.000

## Apêndice 2 – Guião de Entrevista – Questões posteriores à viagem

1. Fale-me sobre como foi sua viagem (verificar se a pessoa fala de cada um dos seguintes aspetos: o local, as atividades que realizou, transportes, alojamento, alimentação, preços, ...)
2. Correspondeu às suas expectativas (verificar se a experiência que viveu, os serviços que usou, o que comeu, o que praticou, o que visitou, foi igual ao que planeou)? Porquê?
3. Quais os efeitos que sentiu depois da viagem? (verificar se a pessoa responde sobre efeitos positivos e negativos; se não mencionar um deles, perguntar especificamente: E negativos? E positivos?)
4. Fale-me sobre os fatores que mais impacte tiveram na experiência que viveu, ou seja, aqueles que considera terem sido essenciais para sentir os efeitos que relatou na questão anterior? (verificar se a pessoa fala dos serviços e atividades que consumiu, mas tb do ambiente natural, cultural, social, ...)
5. Quais os impactes, se identificar algum, considera que a sua experiência teve no destino? (verificar se a pessoa responde sobre ambiente, em questões culturais, nos residentes, em outros turistas,)
6. Voltaria para este mesmo destino, com as mesmas motivações?
7. Pretende repetir viagens com este propósito? Porquê?

### Apêndice 3 – Guião de Entrevista – Questões à oferta

1. Com que frequência oferece programações no âmbito do turismo espiritual/zen?
2. Como descreve o perfil dos seus consumidores efetivos (ou seja, os clientes que compram os seus serviços: correspondem ao mercado-alvo ou nota algumas diferenças)?
3. Qual a sua perceção sobre as motivações dos seus clientes para adquirir os seus serviços?
4. Quais os fatores de sucesso que identifica para a satisfação dos seus clientes?
5. Quais os efeitos que consegue identificar que são sentidos pelos seus clientes (positivos e negativos) durante o consumo dos seus serviços?
6. Mantém algum contacto com os seus clientes depois de eles regressarem a casa?
  - a. Consegue identificar alguns efeitos que perduram depois dos seus clientes regressarem a casa? Se sim, quais?
7. Como avalia o impacte da sua atividade no destino (ambiente, economia, em questões culturais, nos residentes, em outros turistas,)?
8. Tem algumas preocupações relativamente ao futuro do desenvolvimento do turismo espiritual no Alentejo? Se sim, quais e porquê?

## Apêndice 4 – Exemplo de transcrição de entrevista

### Entrevista nº A8, antes da viagem

Boa tarde! Esta investigação faz do mestrado na Universidade de Évora que pretende o perfil e as motivações do Turismo espiritual em Portugal e no Alentejo. Todas as respostas são confidenciais e só apenas utilizadas para o trabalho de investigação. Autoriza a gravação de áudio e vídeo nesse contexto?

Sim

1 - Qual destino a data e a duração da viagem?

Freixo de Espada à Cinta no norte de Portugal pertence ao distrito de Bragança a data foi em julho e ficamos por lá por 4 dias na verdade 3 dias a gente foi na sexta voltou no domingo.

2 - Já fez outras viagens anteriormente para dentro desse tema turismo espiritual bem-estar interior?

Sim, Eu e o meu marido nós temos por hábito né em torno de uma a duas vezes por ano a gente fazer uma espécie de um retiro para nós momento Assim de sair da rotina, né de buscar a espiritualidade, se conectar com a paz interior e tb um momento pro casal..Já foi já vários outros lugares também sempre com essa motivação a gente precisa no dia-a-dia das pessoas é a a vida da gente ela ela nos suga né quando a gente percebe a gente está naquele emaranhado não é nada atividades da rotina da casa da rotina de sermos pai Então é nada mais justo do que a gente busca Essa conexão tão grandiosa que eu entendo o que é Essa conexão de paz amor com universo né com a natureza .

3 - Que fatores foram determinantes para a escolha deste destino em detrimento de outros?

Este destino Márcia em especial ele foi uma surpresa e foi apresentado pela nossa agente de viagens e ela sabe ela a já compramos outras viagens com ela então ela já nos mapeou eu e o meu marido e ela sabe que a gente gosta foi uma espécie de uma de uma surpresa Como é que eu vou dizer eu não sabia que eu ia encontrar foi uma grata surpresa ,porque a gente está falando aqui uma vilinha(...)uma cidade muito pequenina uma vila com 4000 habitantes e uma cidade de muitos emigrantes na verdade é uma cidade dormitório as pessoas saem têm porque lá não tem nada assim de uma cidade que uma cooperativa né E a cidade gira em torno daquilo Então as pessoas saem para estudar e trabalhar e voltam para rever uma espécie uma colonia de férias para ver os seus familiares e também tudo Muito pequenininho, tudo muito bonitinho, tudo muito conectado com a natureza, tem a uma praia fluvial não é que eu me encantei. A gente pouco ficou no hotel que a gente queria fica contato com a natureza né foi mesmo que nos proporcionou esse encontro busca que nós buscamos fazer tempo.

Quando tu foi pedir para ela um local tu disse teus objetivos? para a ela já sabe ela aqui em Portugal escapa delas né então ela já sabe que tem 6 meses a gente busca por essas escapadelas Sem fim de conhecer, perambular A gente ir buscar algo mais intimista e algo mais próximo da natureza então ela já sabia nós tentamos um outro destino que que não deu certo né Não tinha mais vaga no hotel E aí ela disse para nós íamos nos Direcionar esse destino que eu não conhecia né o nome bem maluco não é a somos muito abertos ao novo né aos novos destinos ,Nova cultura conhecer o pessoal lá o povo extremamente hospitaleiro, extremamente simpático é quem esteve em contacto connosco então foi maravilhoso.

Então ela viu tudo para vocês, preços, alojamentos(...)?Um pouco mais que a gente foi muito devagar fomos aparecendo a nossa viagem nosso Retiro tu já inicia em nossa cidade né Já já não desconectamos né todo mundo aqui fora e partimos assim sabe algo mais lindo demais uma conexão entre também né então hoje 4:00 e pouco é bem tirada na Pontinha do uma fronteira para Espanha saiu da Margem Sul Setúbal né então fórum fórum horas aí se conectando com aquilo que a gente já ia pôr esse lugar maravilhoso.

4. E relativamente a fatores internos, seus, o que o motivou a fazer esta viagem?

Essa conexão com o universo né Essa conexão nos propicia muito diálogo muito amor muito muito assim a gente ficou assim me lembro os momentos ali a imagem do vale da praia fluvial o Rio Douro né .A gente ficou em silêncio no momento de meditação eu lembro muito bem que teve um momento assim que eu atingir um êxtase é um ponto alto assim e eu olhei para ele me conectei tanto com aquele momento com aquela beleza, aquela paz parte daquele lugar estão assim né Eu fiz silêncio e gosto muito de mais aqui no momento e aí Ele também tava nê ,assim meio transcendental nê A gente não consegue explicar ,momento muito muito forte que a gente conseguiu.. Sempre quando há uma entrega de amor e vontade de ser feliz a coisa acontece como mágica assim e foi o que aconteceu. Foi uma viagem, (...) que eu fui e pensei como vai ser maravilhoso e foi, eu (...) deixar o que o universo vai me trazer eu entrego, aceito, confio, não é, entregar essa busca e vamos ver o que ele vai trazer. (...) eu sou muito espiritualizada sou muito conectada com essa coisa vibe né. Eu sei o que eu quero, eu sei o que eu busco, mas em contrapartida teve também a mesma entrega do meu marido, então quando eu percebi estava ali naquele momento

5. Considera que o ambiente natural e suas características serão importantes para atingir seus objetivos na viagem? Porquê?

Sim, Com certeza, uma das coisas que eu pedi para a Filipa é que tivesse natureza, um silêncio.

As coisas que eu pedi a Filipa é que se tem natureza né , que fosse um lugar um silêncio . Eu gosto de conhecer gente, pessoas, mas aquilo que eu procurava para aquele momento era eu e ele é Deus eu, ele o universo, essa coisa maior, né sinceramente atingimos plenamente este quesito.

6. Considera que o ambiente social (comunidade do destino, outros turistas no destino, grupo de viagem...) será importante para atingir seus objetivos na viagem? De que forma?

Onde passamos, Márcia, ou as pessoas que estavam na mesma vibe. Então sempre que a gente interagia com outros grupos também tinham essa mesma vertente. Considera importante pessoas da mesma vibe? Sim

7. Quais os efeitos/benefícios que espera retirar da viagem?

Sim mesmo que o destino não era óbvio para mim, porque eu nunca tinha escutado falar né, ainda assim eu criei uma expectativa daquilo que eu fui buscar né essa conexão. (...) Eu acho que sim, os momentos de diálogo, de meditação, o silêncio, né conexão comigo mesma, pra mim ficou muito claro que foi muito isso.

8. Na sua escolha de destino/serviços considerou preocupações de sustentabilidade (ambiental, social, cultural...)? Se sim, de que forma?

Sim, isso está intrínseco, nós sempre pensamos nesse viés.

**Perfil sociodemográfico**

Idade: 45 anos

Gênero: Feminino.

Profissão: designer de interiores

Conselho de residência: Setúbal

Nacionalidade: brasileira

Nível de escolaridade: Licenciatura

Estado Civil: Casada

Situação familiar: *“Somos uma família, eu meu marido e 2 filhas”*

Práticas alternativas: Meditação, Yoga

Credo religioso: Cristianismo

Rendimento mensal: 2001-4000.



## Apêndice 5 – Exemplo de transcrição de entrevista

### Entrevista A2 depois da viagem

Depois da viagem

1. Fale-me sobre como foi sua viagem (verificar se a pessoa fala de cada um dos seguintes aspetos: o local, as atividades que realizou, transportes, alojamento, alimentação, preços, ...)

Depois de vivenciar Olha mas eu acho que esse lugar que nós conhecemos ele Ele oferece para as pessoas turista né oferece muita coisa interessante né A gente a gente conseguiu o descobrir uma terra em Portugal que a gente não fazia ideia assim que existia tipo gostou muito daquilo que a gente viu os preços que a gente encontrou Eu acho injusto comparado a outros lugares que nós já fomos aqui em Portugal eu acho que as pessoas que se praticam lá em cima lá é o mais justo do que aqui em baixo Não é em termos de atrações A gente gostou bastante do que a gente viu uma cidade pequena bem, bem pequena mas chega de histórias importante para a história de Portugal para uma cidade que teve um papel importante na história de Portugal e uma cidade que tem belezas naturais muito bonitas em conhecê-lo uma praia de água doce muito linda uma cidade muito pacatas uma cidade silenciosa é uma vila na verdade Estou falando cidade mas é uma cidade ou uma vila bonito nos possibilitou a relaxar com certeza gente conseguiu relaxar e conseguiu ver paisagens bonitas a gente conseguiu se conectar com a natureza, com certeza porque a Vila proporcionar isso.

2. Correspondeu às suas expectativas (verificar se a experiência que viveu, os serviços que usou, o que comeu, o que praticou, o que visitou, foi igual ao que planeou)? Porquê?

Eu não tinha assim eu não conhecia na Como é que foi eu não conhecia está doente e eu não tinha assim grandes expectativas sendo muito sincera e tenho assim tudo o que a gente viveu lá foi, foi muito bom então não acho que sim correspondeu sim, esteve uma ser um bom fim de semana Bem agradável

3. Quais os efeitos que sentiu depois da viagem? (verificar se a pessoa responde sobre efeitos positivos e negativos; se não mencionar um deles, perguntar especificamente: E negativos? E positivos?)

Sempre que a gente faz isso tipo de viagem a gente volta assim se sentindo assim mais renovado digamos assim mano O que é fazer experiências e nos proporcionou isso não é a gente está acostumado Um lugar típico de vida e depois levar para um para um lugar desses tu encontra outra realidade e aí tu tenta viver aquela realidade que estamos disponibilizando naquele momento né, então eu acho que sempre volta assim como o animo renovado , mais relaxado e sempre volta assim com histórias para contar com gratidão do que dizem Eu particularmente sempre volta dessa forma

4. Fale-me sobre os fatores que mais impacte tiveram na experiência que viveu, ou seja, aqueles que considera terem sido essenciais para sentir os efeitos que relatou na questão anterior? (verificar se a pessoa fala dos serviços e atividades que consumiu, mas tb do ambiente natural, cultural, social, ...)

Uma série de situações diferentes né E a gente por exemplo a gente a gente conheceu o uma torre que significa muito para história de Portugal e esta tu ouvir né Uma vez que eu gosto de história E eu leio sobre sobre a história do local antes de viajar até para mim entender mais ou menos o que é que vai aparecer na minha frente Então tu ver algo que sabe o significado que me traz um prazer interessante que está olhando os teus olhos nela está na tua frente Depois tu

conhece lá o a árvore que é o Freixo que dá que dá na universidade que De fato a árvore está lá vestida com uma cinta e com uma espada e pitoresco né tanto vida essas coisas assim tu ficas aqui traz uma recompensa uma recompensa positiva Porque é que eu falei que está vendo o que tu que tu que tu estou sabendo que os teus próprios olhos que pode tocar isso é uma coisa muito interessante Então essa vida proporciona isso a lei proporcionar essa experiência com a natureza né A gente depois tenho possibilidade de passar um dia numa praia fluvial nas margens do rio Douro com infraestrutura a sombra de árvores sentado na grama curtindo aquela paisagem bonita desconectando um pouco né do corre-corre um dia dia do trabalho isso trazê-la chamamento isso de trás não é um homem esse prazer que que que o relatório antes né então eu acho que a gente teve oportunidade de presenciar Vale de de ter várias sensações não é a comida que nós comemos lá maravilhosa mas teve três quatro experiências e restaurantes lá muito boas culinária esperto também Prazer muito bom nas pessoas Esteve uma experiência muito legal também isso não é uma cidade super, super interessante,

5. Quais os impactes, se identificar algum, considera que a sua experiência teve no destino? (verificar se a pessoa responde sobre ambiente, em questões culturais, nos residentes, em outros turistas,)

Olhando sob o ponto de vista económico quando um turista chega num lugar como esse Na economia interna né. Então a gente foi a restaurantes a gente a gente ficou no hotel abastecer o carro economicamente ajudou. (...) em relação ao impacto ambiental a gente desfrutou daquilo, o lixo que nós produzimos a gente tentava colocar, descartar nos lugares certos. Socialmente eu penso que sempre há troca onde tu tá, porque tu conversa com as pessoas, as pessoas perguntam algo sobre ti (...) uma troca social também entre as pessoas né e isso aí é eu acho que é bem interessante ,eu acho que é muito positivo também procurou manter as coisas que a gente envia cartas net não não

6. Voltaria para este mesmo destino, com as mesmas motivações?

(...) se eu tivesse que voltar para passar o final de semana lá eu voltaria né É por isso que eu meti no verão nos proporcionou esse contato com o Rio Douro, nos proporcionou essa dia que nós estamos lá na praia fluvial, e eu votaria sem dúvida voltaria e recomendo para as pessoas que não conhecem. É um bocadinho longe para quem está aqui em Setúbal, região de Lisboa, é um bocadinho mais longe conhece lugares incríveis lá a própria estrada que tu utilizas para chegar nesse lugar é uma estrada diferente que como uma paisagem linda onde tu ver o de uva ao redor da estrada, oliveiras tem trechos que tu praticamente só anda no Rio Douro é muito bonito né. É muito bonita paisagem né.

8. Pretende repetir viagens com este propósito? Porquê?

O fato de viajar e conhecer lugares novos com incentivo de sair da rotina né, de aliviar a pressão da semana e de conhecer lugares novos a gente gosta, eu pretendo. Quando eu puder fazer isso a gente vai, gostamos muito de viajar e gostamos muito de conhecer novos lugares, a gente gosta muito de conhecer as pessoas e gosta muito de conhecer a culinária local e vai continuar fazendo isso.

## Apêndice 6 – Exemplos de pesquisa no motor de busca Google

A screenshot of a Google search page. The search bar contains the text "turismo e espiritualidade no alentejo". Below the search bar, there are navigation options: "Tudo", "Imagens", "Notícias", "Vídeos", "Maps", "Mais", and "Ferramentas". The search results show "Cerca de 92 100 resultados (0,55 segundos)". The first result is a PDF document titled "O Turismo e os Territórios da Espiritualidade - Estudo Geral" from CDF Nadais, dated 2010. The second result is a webpage titled "CAMINHOS DA FÉ E DA ESPIRITUALIDADE. TURISMO DO ..." from turismodocentro.pt, dated 2020/06. The third result is a webpage titled "Uma viagem espiritual pelos caminhos de Portugal | Ambitur" from www.ambitur.pt, dated 21/02/2020. The Windows taskbar at the bottom shows the date as 23/08/2022 and the time as 12:58.

A screenshot of a Google search page. The search bar contains the text "turismo espiritual no Alentejo". Below the search bar, there are navigation options: "Tudo", "Imagens", "Notícias", "Maps", "Vídeos", "Mais", and "Ferramentas". The search results show "Cerca de 50 600 resultados (0,46 segundos)". The first result is an advertisement for "Turismo Rural em Alentejo - Casas Rurais desde €25/Dia." from www.holidu.pt. The second result is an advertisement for "a 20 minutos de Montargil - Turismo Rural Alentejo" from www.hotelpontesor.pt. The third result is an advertisement for "Turismo Rural No Alentejo - Preços baixíssimos (2022)" from www.tripadvisor.pt. The Windows taskbar at the bottom shows the date as 04/08/2022 and the time as 11:55.