

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

Natacha Soares
Joana Lima
Maria do Rosário Borges

INVTUR 2024
Aveiro, 10 de maio



This work was funded by national funds through the Foundation for Science and Technology, under the project UIDB/00057/2020

01

Contextualização

✓ Atualmente cada vez mais pessoas estão preocupadas com o seu bem-estar e com a sua saúde mental e emocional, sendo o turismo um dos meios para satisfazerem essas necessidades (Bhalla *et al.*, 2021).

✓ O turismo espiritual é um tema que tem sido discutido em vários estudos científicos, principalmente a partir de 2017:

- harmonizar a viagem física (externa) + viagem interior (exploração do "eu") (Halim *et al.*, 2021).

✓ importância da natureza e paisagens para o sucesso deste tipo de experiência

02

Objetivos

Principal objetivo do estudo empírico

- Perceber o **potencial da ilha Terceira para desenvolver o produto de turismo espiritual, não religioso**, de acordo com as percepções dos agentes de planeamento e da oferta dos Açores.

Porquê?

A revisão de literatura permitiu perceber a **importância da natureza e paisagens** para o sucesso deste tipo de experiência

MAS

Sousa *et al.* (2020) afirmam que **o turismo espiritual ainda não se encontra bem estabelecido/ assumido em Portugal**, existindo regiões com condições para esse crescimento, como as ilhas dos Açores.

03

Metodologia

Metodologia Qualitativa

1. Entrevistas não estruturadas

- Agentes de planeamento do turismo nos Açores

- visão macro sobre a abordagem político-institucional feita para este produto
- perceber como é que esta oferta está a ser/não está a ser integrada nas políticas, estratégias e operações

Amostra:

- 7 entrevistas a agentes da oferta
- 3 entrevistas a entidades.

primavera/verão de 2023

2. Entrevistas semiestruturadas

- Agentes da oferta de TENR nos Açores

conhecer as suas perceções sobre o desenvolvimento do TENR:

- motivações e perfil dos turistas
- impactes
- fatores de sucesso da experiência
- potencial dos Açores

Amostragem não aleatória, intencional por conveniência + bola de neve

- Critérios principais: os agentes terem website + ofertas relacionadas com produtos relacionados com Turismo Espiritual, não religioso, nos Açores.

04

Principais resultados

A visão dos agentes de planeamento e da oferta

Agentes de planeamento

- produto principal dos Açores é o turismo de natureza, turismo ativo e desportivo → atividades associadas ao TE são assumidas como complemento à experiência

NO ENTANTO ...

- o produto não parece ser valorizado, por si só, nem está estruturado

A ilha Terceira, como todas as restantes ilhas do arquipélago, têm **potencial** para desenvolver este tipo de turismo:

- Características únicas nos Açores para o desenvolvimento do TE: paisagens, natureza envolvente e paz.
- Infraestruturas importantes para o TE: spas, furnas, termas, ...
- Aumento da procura por destinos insulares remotos

MAS...

- Assumem que os Açores terão um “percurso longo”, e possivelmente demorado, para desenvolver este tipo de turismo, já que depende muito da mudança de mentalidade das pessoas/instituições.

Agentes da oferta

Perfil dos agentes entrevistados

- ilha Terceira (2), em São Miguel (2), no Pico (1), no Faial (1) e em São Jorge (1)
- setor de alojamento e animação turística (1), setor de animação turística e saúde e bem-estar (3), e setor de saúde e bem-estar (3).
- atividades como yoga, meditação, trilhos meditativos, conversas de partilha e sempre atividades muito ligadas à natureza dos Açores
- regularidade de ofertas muito díspar

Motivações dos clientes

- Procura pelo **autoconhecimento** ou uma **procura interior**;
- **combater o cansaço/stress**;
- **fuga da rotina**

... tal como foi referido por Kainthola *et al.* (2021) e Choe & O' Regan (2020).

Impactes nos seus clientes

- **Sensações de calma, relaxamento e tranquilidade**, mas também a **leveza e paz**.
- Os agentes que **mantêm contacto com os seus clientes depois de regressarem a casa**, identificaram efeitos prolongados relacionados com a **tranquilidade que sentiram**, a **calma**, **pensamentos como levarem a vida mais direccionada ao seu verdadeiro eu e ao seu bem-estar no dia-a-dia**, **relação com a natureza e a criação de novos contactos sociais**.

Impactes da sua atividade pode trazer para o destino

- Os agentes da oferta **estão preocupados e conscientes dos diferentes tipos de impacto que a sua atividade pode trazer para o destino**.
- Um dos impactos mais mencionados pelos agentes da oferta está relacionado com o **impacto ambiental** e os agentes da oferta referem preocupação principalmente porque todos realizam atividades na natureza e **assumem que esse elemento é frágil e fundamental para o sucesso da experiência**. Mencionam também a preocupação com **número crescente de turistas no destino**.

Fatores de sucesso para a satisfação dos clientes

- **Importância dos prestadores de serviço/organizadores**
- **Relação que exista entre os elementos do grupo**
- **Elementos naturais, paisagens**

Potencial da ilha Terceira

- Os agentes da oferta de TENR acreditam que este tipo de turismo **tem grandes potencialidades de desenvolvimento: muitos atributos naturais**, como a **paisagem natural** que potencia o **ambiente calmo e tranquilidade** + a **dimensão social da experiência**.

05

Conclusões & Contributos



São poucas as empresas que facilitam estas atividades,
vacionadas para o turismo (2 empresas, na ilha Terceira)

Fraca divulgação/ valorização enquanto produto, da oferta
que existe



inexistência de uma oferta estruturada e
valorizada/suportada por orientação institucional



Forte potencial de desenvolvimento do produto na Terceira

- . Elementos naturais muito valorizados
- . Dimensão social → importância central no sucesso da experiência

+

TE pode potenciar efeitos interessantes para ilhas:

- . diversificação de experiências → diversificação da base económica
- . efeito multiplicador com potencial para ser relativamente maior face a outros tipos de produtos
- . importância da personalização da oferta → diferenciação → rentabilidade
- . maior preocupação com impactes negativos da atividade para o destino



Desenvolver o TE, ao nível do investimento em estruturação do produto e promoção das ofertas

Pistas para investigação futura...



essencial mais investigação sobre os **efeitos dos diferentes tipos de experiências** espirituais para os turistas.



novas reflexões relacionadas com a **sustentabilidade, relativa e nas diferentes dimensões**, particularmente no contexto de destinos potencialmente mais frágeis



Dimensão social → importância central no sucesso da experiência → explorar verdadeiramente a necessidade de ser livre enquanto se equilibra a procura do eu *vs* a necessidade de exposição/relação/partilha/necessidade de orientação por/intimidade com os outros.

Muito obrigada!

Natacha Soares

Joana Lima

Maria do Rosário Borges

INVTUR 2024
Aveiro, 10 de maio



UNIVERSIDADE
DE ÉVORA

CIDEHUS

Centro Interdisciplinar
de História, Culturas e Sociedades
da Universidade de Évora
(UIDB/00057/2020)

This work is financed by national funds through the *Fundação para a Ciência e a Tecnologia*, under the project UIDB/00057/2020

Referências bibliográficas

Bhalla, R., Chowdhary, N., & Ranjan, A. (2021) Spiritual tourism for psychotherapeutic healing post COVID-19. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 38:8, 769-781. Doi: <https://doi.org/10.1080/10548408.2021.1930630>

Choe, J., & O' Regan, M. (2020). Faith Manifest: Spiritual and Mindfulness Tourism in Chiang Mai, Thailand. *Religions*, 11, 1-15. Doi:10.3390/rel11040177

Collins-Kreiner, N. (2020). Pilgrimage tourism-past, present and future rejuvenation: a perspective article. *Emerald Publishing Limited*, 75 (1), 145-148. Doi: 10.1108/TR-04-2019-0130

Doering, A. (2022). Being-with Jean-Luc Nancy: Freedom, World and Intrusion in Travel and Tourism. *Working Proceedings of the Critical Tourism Studies* 95.

Halim, M., Tatoglu, E., & Hanefar, S. (2021). A review of spiritual tourism: a conceptual model for future research. *Tourism and Hospitality Management*, 27, 119-141. Doi: <https://doi.org/10.20867/thm.27.1.8>

Jaiswall, P., & Duggal, C. (2019). When the Ghats Call: An Exploration of the Spiritual Identity Development of Non-Indian Visitors in the Landscape of Varanasi. *National Academy of Psychology*, 64 (2), 200–212. Doi: <https://doi.org/10.1007/s12646-019-00489-z>

Rodrigo, M. (2020). La Búsqueda Espiritual A Través Del Turismo. Su Articulación Desde El Lado De La Oferta. *Cuadernos de Turismo*, 45, 13-32. Doi: <https://doi.org/10.6018/turismo.426021>

Sousa, B., Castro, C., Luís, M., & Lopes, P. (2020). Religious and Spiritual Tourism: From Its Origins to Alentejo (Portugal). *Global Development of Religious Tourism*, 44 – 64. Doi: 10.4018/978-1-7998-5792-1.ch004

Wang, S., & Blasco, D. (2022). East meets West: Spiritual tourism in Chinese protected areas. *Annals of Tourism Research Empirical Insights*, 3, 1-10. Doi: <https://doi.org/10.1016/j.annale.2022.100035>