

## **CARACTERIZAÇÃO DOS TURISTAS DE SURF EM POR- TUGAL: “LAZER SÉRIO”, COM- PORTAMENTOS DE VIAGEM E ATRIBUTOS DE DESTINO**

**Ana Cristina Portugal**

Politécnico de Coimbra - Escola Superior de Educação  
Portugal  
anacristinaportugal@gmail.com

**Fernando Martins**

Politécnico de Coimbra - Escola Superior de Educação  
Portugal  
fmlmartins@esec.pt

**Francisco Campos**

Politécnico de Coimbra - Escola Superior de Educação  
Portugal  
francicampos@gmail.com

**Ricardo Melo\***

Politécnico de Coimbra - Escola Superior de Educação,  
IRNIST, CITUR, UNICID, Portugal  
ricardo.es.melo@gmail.com

\*Autor correspondente

## Resumo

O surf é uma atividade desportiva que tem vindo a ser integrada na indústria do lazer e do turismo. O surf como uma subcultura está também associado ao “lazer sério” e às suas seis qualidades: perseverança, carreira, esforço, benefícios, *ethos* e identidade. Apesar da dimensão e das implicações económicas do surf, e da importância de determinar as características dos surfistas, poucos são os estudos que têm examinado esta forma de turismo desportivo. Assim, o objetivo deste trabalho é compreender os níveis de “lazer sério” dos surfistas em Portugal, os seus comportamentos de surf, os seus comportamentos de viagem de surf, e a importância que os surfistas dão aos atributos na escolha de um destino de surf. Para o efeito, aplicou-se um inquérito por questionário (*online*) a uma amostra de praticantes de surf nacionais e internacionais ( $n=200$ ), que tivessem praticado pelo menos uma vez surf em Portugal, e com idade igual ou superior a 18 anos. Os resultados evidenciam que os surfistas em Portugal possuem altos níveis de “lazer sério”, apresentam uma forte predisposição para viajar para surfar, e valorizam principalmente as condições naturais para o surf quando escolhem um destino para viajar. Estes dados permitem apresentar informações importantes que podem ser usadas para fortalecer as estratégias de gestão das organizações do setor do turismo de surf.

**Palavras-chave:** Atributos do Destino; Comportamentos de Surf; Comportamentos de Viagem; Lazer Sério; Turismo de Surf.

## Abstract

Surfing is a sporting activity that has been integrated in the leisure and tourism industry. Surfing as a subculture is also associated with "serious leisure" and its six qualities: perseverance, career, effort, benefits, *ethos*, and identity. Despite the size and economic implications of surfing, and the importance of determining surfers' characteristics, few studies have examined this form of sport tourism. Thus, the purpose of this work is to understand the levels of surfers' serious leisure in Portugal, their surfing behaviors', their surf travel behaviors, and the importance that they give to attributes in choosing a surf destination. For this purpose, an online survey (in the form of a questionnaire) was applied to a sample of national and international surfers ( $n=200$ ), who had practiced surfing at least once in Portugal, and aged 18 or over years. The results show that surfers in Portugal have high levels of "serious leisure", a strong disposition to travel for surf, and value mainly the surfing natural conditions when choosing a travel destination. This data enables to provide important information that can be used to strengthen the management strategies of the organizations in the surf tourism sector.

**Keywords:** Destination attributes; Serious Leisure; Surfing Behavior; Surf Tourism; Travel behaviors;

## Introdução

O surf é uma atividade que tem as suas raízes no espiritualismo, no jogo e na cultura festiva Polinésia (Poizat-Newcomb, 1999a). Apesar de a sua origem ser incerta (Ponting, 2008), o surf está profundamente enraizado, há muitos séculos, na cultura e na tradição Havaiana (Buckley, 2002a). A partir do início do séc. XX, o surf cresceu como um desporto de tradição ocidental (Dolnicar & Fluker, 2003b), tendo sido disseminado mundialmente desde então (Ponting, 2008). No entanto, é a partir da década de 1960 que a popularidade do surf entre participantes e espectadores tem vindo a aumentar progressivamente (Barbieri & Sotomayor, 2013; Ponting, 2008), devido aos movimentos culturais ocorridos nesse período, que permitiram um novo impulso nas atividades desportivas desenvolvidas na natureza (Bourdieu 1979; Melo & Gomes, 2017a; Pociello, 1981; Wheaton, 2010). Desde então, a indústria cinematográfica produziu mais de 200 filmes, popularizando a cultura e os valores do surf (Booth, 1996). Por outro lado, os meios de comunicação foram criando imagens de praias intocadas em destinos paradisíacos tropicais, perfeitas para a prática do surf (Ponting, 2008, 2009). Neste cenário, surgiu uma nova subcultura em torno do surf (Butts, 2001), associada a um certo estilo de vida que inclui linguagem, vestuário, gestos não-verbais, música e expressão artística (Ford & Brown, 2006).

Várias tentativas foram efetuadas para estimar o número total de surfistas em todo o mundo. Os valores estimados variam entre cerca de 5 milhões (Warshaw, 2008) e 35 milhões de surfistas (O'Brien & Eddie, 2013). Apesar de nenhum consenso ter sido encontrado sobre o número de surfistas, é consensual entre todos esses autores que este número está a crescer (Ponting & O'Brien, 2014). Com este crescimento, e com uma atmosfera vibrante em torno destas atividades, surge a indústria do turismo de surf (Dolnicar & Fluker, 2003b; Pitt, 2009). A este respeito, o turismo de surf é geralmente definido como a realização de uma viagem para mais de 40 km de distância de casa, quer seja para destinos domésticos ou internacionais, cuja permanência nos locais de destino é de, pelo menos, uma noite, e não mais de 12 meses, e tendo o surf como principal objetivo de viagem, incluindo a participação ativa em atividades de surf, mas também a assistência de eventos e o acompanhamento dos praticantes de surf nessas viagens (Buckley, 2002a; Dolnicar & Fluker 2003a, 2003b, 2004; Fluker, 2003; Ponting, 2008). O turismo de surf tem a sua origem através da realização de viagens independentes, devido à procura de novos *spots* de surf, por parte de surfistas, impulsionados pela qualidade da experiência de surf noutras regiões ou climas (Barbieri & Sotomayor, 2013). Este tipo de viagem atingiu o seu pico na década de 1960 devido à imagem da cultura do surf produzida pelos meios de comunicação, mas também pela criação de viagens mais acessíveis, e pelo desenvolvimento de materiais mais leves, que permitiram um transporte mais eficaz dos equipamentos (Barbieri & Sotomayor, 2013; Lazarow, Miller, & Blackwell, 2008).

Atualmente os surfistas estão a optar, de forma geral, pela aquisição de serviços de operadores turísticos que os ajudam a organizar as suas viagens de surf, originando uma indústria global que envolve milhares de operadores turísticos, alojamentos locais, *resorts*, *barcos charter*, agentes imobiliários, agentes de viagens, e combinações de serviços integrados verticalmente em todo o mundo (Barbieri & Sotomayor, 2013). A este respeito, Fluker (2003) refere-se a três tipos de viagens de surf: a) *tour* de iate *charter* ou de barco, quando os surfistas permanecem acomodados em barcos que os levam para os melhores *spots* de surf; b) *surfaris*, quando os surfistas viajam por terra e ficam alojados perto da praia; e c) *surfcamps*, quando os surfistas ficam em alojamentos especializadas para surfistas que incluem também, muitas vezes, uma escola de surf. Trabalhos de investigação recentes calculam que 112 países têm disponíveis atividades de surf ou têm informações disponíveis sobre surf para os turistas

(Ponting, 2008), promovendo uma indústria multimilionária que estimula as economias locais (Barbieri & Sotomayor, 2013). No entanto, não existem estudos que avaliem o impacto económico do turismo de surf no mundo inteiro, devido ao número de pequenas operações que decorrem, cujo valor nunca foi calculado nos países em desenvolvimento. No entanto, Ponting (2008) afirma que esse valor é de pelo menos um quarto de bilião de dólares Americanos.

A indústria do surf em Portugal também está em crescimento, embora não existam investigações que identifiquem o seu impacto económico global. No entanto, várias evidências indicam o crescimento deste setor, nomeadamente, o crescimento do número de surfistas (Melo, 2013), o desenvolvimento de serviços mais especializados como as escolas de surf e os *surfcamps*, bem como o aumento do mercado de marcas de produtos de consumo relacionados com o surf (Moutinho, Dionísio, & Leal, 2007). Portugal é também um dos melhores países da Europa para desenvolver estas atividades, com uma costa continental de cerca de 1000 km, apresentando uma grande quantidade de praias com excelente qualidade para o surf. As condições naturais, juntamente com locais de renome internacional como a Ericeira (reconhecida em 2011 como a primeira Reserva Mundial de Surf da Europa e a segunda em todo o mundo) e Peniche (a Capital Portuguesa da Onda), e a organização de eventos de nível internacional como o *World Surf League*, permitiram que Portugal criasse uma imagem positiva de destino relacionada com o surf (Melo, 2013).

O surf, como subcultura, tem sido associado ao *serious leisure*<sup>1</sup> e às suas seis qualidades. Nesta ótica, os surfistas são caracterizados pelo tempo e pelo esforço que investem no surf e pela sua propensão para viajar em busca da onda perfeita (Barbieri & Sotomayor, 2013). O “lazer sério” é uma perspetiva introduzida por Stebbins (1982) para analisar a seriedade com que alguns indivíduos levam algumas atividades de lazer, incluindo participantes em atividades desportivas e turísticas (como por exemplo o surf). O estudo do “lazer sério” no desporto e no turismo, e no surf em particular, é importante porque permite a compreensão do comportamento dos seus participantes.

Apesar do tamanho e das implicações económicas do surf, e da importância de determinar as características dos surfistas, poucos estudos examinaram esta forma de turismo desportivo. Para além disso, são poucos os trabalhos de investigação que examinaram a aplicação do “lazer sério” entre os surfistas, e investigaram os diferentes segmentos de mercado dos surfistas, especialmente quanto aos diferentes níveis de comprometimento. Com o objetivo de preencher essa lacuna na literatura, este trabalho baseado na perspetiva do “lazer sério” apresenta os seguintes objetivos: i) identificar as características sociodemográficas dos surfistas em Portugal; ii) analisar a seriedade com que os surfistas praticam surf; iii) caracterizar os comportamentos de prática de surf; iv) identificar os comportamentos dos surfistas; e v) analisar quais os atributos mais importantes na escolha de destino para a prática de surf. Os resultados deste estudo podem fornecer informações importantes para o processo de tomada de decisão pelos vários *stakeholders* relacionados com os destinos de surf.

Este artigo está estruturado da seguinte forma. O capítulo seguinte apresenta uma revisão da literatura sobre o turismo de surf e o “lazer sério”. No capítulo três apresenta-se a metodologia usada. No capítulo quatro apresentam-se e discutem-se os resultados, enquanto no último capítulo apresentam-se as conclusões do trabalho.

---

<sup>1</sup> Doravante traduzido para a língua portuguesa por “lazer sério”. Stebbins definiu ainda o *casual leisure* e o *project-based leisure*, aqui traduzidos respetivamente para a língua portuguesa por “lazer casual” e “lazer baseado em projeto”.

## Revisão da literatura

### Turismo de surf

O crescimento do surf na indústria do desporto e do turismo tem vindo a despertar uma crescente atenção na academia (Martin & Assenov, 2012). Os primeiros trabalhos de investigação sobre as atividades de surf começaram a surgir na década de 1970 (e.g. Kelly, 1973) e continuaram na década de 1980 (e.g. Johnson & Orbach, 1986, Markrich, 1988) e de 1990 (e.g. Breedveld, 1995; Poizat-Newcomb, 1999a, 1999b). Todavia, o crescente corpo de literatura realizada especificamente sobre o turismo de surf surgiu no século XXI (Martin & Assenov, 2012), especialmente nos últimos dez anos. Durante esse período, foram abordados diversos tópicos, como a análise das características sociodemográficas e económicas dos surfistas, e os padrões, os comportamentos e as preferências de viagem (e.g. Buckley, 2002a, 2012; Dolnicar & Flucker, 2003b), o imaginário do surf (e.g. Ponting, 2008, 2009; Ponting & McDonald, 2013), a análise sobre conservação e sustentabilidade do turismo de surf (e.g. Buckley, 2002a, 2002b; Martin & Assenov, 2014a, 2014b; O'Brien & Ponting, 2013; Ponting & O'Brien, 2014) e o impacto dos eventos de surf (e.g. Getz & Fairley, 2003; O'Brien, 2007).

O surf pode ser considerado uma atividade de turismo desportivo que pertence ao campo dos desportos na natureza (Melo & Gomes, 2016b; Melo & Gomes, 2017a). A estrutura do surf, como um desporto de natureza, é diferente de outros desportos tradicionais ou convencionais porque envolve a interação com um recurso natural, em vez de a interação ser com outro ser humano (Krein, 2014). Neste sentido, os surfistas têm a oportunidade de se esforçarem, de empregar e desenvolver as suas habilidades (Krein, 2014). Igualmente, os comportamentos, as preferências e os benefícios esperados pelos surfistas são diferentes daqueles que participam em outras atividades desportivas pois, estes, embora também procurem benefícios associados à saúde e à condição física, apresentam um conjunto diferente de motivações que lhes permite mudar o seu estado emocional ao estarem envolvidos na experiência do surf, podendo mudar rapidamente de um estado de tensão para um estado de calma (Butts, 2001). Isso permite uma sensação de espiritualidade e transcendência (Watson, 2007), que facilita um estado de *flow*, de emoção, de sublime (Stranger, 1999, 2011) e de aceleração (*rush*) (Buckley, 2012) ao invés da competição (Krein, 2014).

As características sociodemográficas dos surfistas apresentam, nos vários estudos, um perfil muito vincado. De um modo geral, o surf corresponde a uma atividade desportiva predominantemente praticada por jovens do sexo masculino, com ensino superior, e que têm empregos altamente qualificados e, conseqüentemente, níveis de rendimento elevados (Barbieri & Sotomayor, 2013; Dolnicar & Flucker, 2003a, 2003b; Melo & Gomes, 2017b; Reis & Jorge, 2012), demonstrando possuir, portanto, um alto volume global de capital (Pociello, 1981).

Em relação aos atributos de destino de surf, os estudos analisados (e.g. Barbieri & Sotomayor, 2013; Dolnicar & Flucker, 2003b; Reis & Jorge, 2012) sugerem que as condições naturais do surf (e.g. abundância de boas ondas; variedade de tipos de ondas; e a qualidade do ambiente natural) são os atributos considerados pelos surfistas como os mais importantes para a escolha de um destino de surf. Por outro lado, esses estudos mostram também que as instalações e as infraestruturas (e.g. comércio e serviços, acessibilidade e instalações para famílias) não são consideradas como atributos importantes, quando os surfistas escolhem um destino de surf.

A segmentação do mercado de turismo de surf tem sido também um importante foco de investigação. Um dos mais proeminentes estudos a este respeito foi realizado por Dolnicar e

Flucker (2003b). Estes autores identificaram seis segmentos de surfistas na Austrália, com base nas características sociodemográficas e psicográficas dos surfistas (a importância dos atributos de destino do surf). Esses segmentos foram designados por: i) conscientes dos preços, ii) procuradores de segurança; iii) surfistas de luxo; iv) aventureiros conscientes dos preços; v) ambivalentes; e vi) aventureiros radicais (Dolnicar & Flucker, 2003b). Apesar das diferenças encontradas, os autores concluíram que todos os turistas de surf preferem destinos de surf não lotados e que, quase todos, estão preocupados com a sua segurança pessoal. No entanto, cada segmento apresentou preferências diferentes em relação às ondas que gostariam de surfar (Dolnicar & Flucker, 2003b).

Em Portugal, Reis e Jorge (2012) identificaram dois segmentos de turistas de surf com base na motivação e escolha de destino. Ambos os segmentos deram maior importância à variedade de tipos de ondas e à diversidade de locais de surf. A principal diferença entre os dois segmentos é que o primeiro apresenta como principal motivação a cultura e o ambiente de surf, enquanto a escolha do segundo é principalmente motivada pelo bom clima do destino.

### O surf e o “lazer sério”

O “lazer sério” é uma das mais importantes teorias usadas nos estudos sobre a participação em atividades de turismo desportivo e de desportos de natureza (Melo, 2017). O “lazer sério” foi definido por Stebbins (1992) como a procura sistemática de uma atividade amadora, de um *hobby*, ou de uma atividade voluntária que os participantes achem tão substancial e interessante que, no caso típico, os leva a lançarem-se numa carreira centrada na aquisição e expressão das suas habilidades, conhecimentos e experiências especiais. O “lazer sério” também é definido em contraste com o “lazer casual” por seis qualidades inter-relacionadas: perseverança, desenvolvimento de carreira, esforço pessoal, benefícios duradouros, *ethos* único, e identidade forte (Stebbins, 2007).

Alguns trabalhos de investigação recentes têm vindo a associar o “lazer sério” a atividades recreativas e de lazer, incluindo fotografia artística (e.g. Spurgin, 2008), observação de aves (e.g. Cole & Scott 1999; Tsaur & Liang, 2008), pesca (e.g. Yoder, 1997) e voluntariado (e.g. Stebbins, 1996b). Uma vasta gama de estudos examinou também a aplicação do “lazer sério” nas atividades desportivas, incluindo as atividades de alpinismo (e.g. Dilley & Scraton, 2010), canoagem, escalada e *snowboard* (e.g. Stebbins, 2005), ciclismo (e.g. O'Connor & Brown, 2010), golfe (e.g. Siegenthaler & O'Dell, 2003), natação (e.g. Hastings, Kurth, Schلودer e Cyr, 1995), canoagem de águas bravas (e.g. Bartram, 2001), e fãs de desporto (e.g. Gibson, Willming, & Holdnak, 2002). Vários estudos sobre turismo foram também desenvolvidos no âmbito do “lazer sério”, incluindo turismo cultural (e.g. Stebbins, 1996a), turismo indígena (e.g. Tsung-Chiung, Chyong-Ru, & Wan-Chen, 2012), e turismo desportivo (e.g. Getz & McConnell, 2011; Green & Jones, 2005, Kane & Zink, 2004, Smith, Costello, & Warren, 2010). As atividades de surf também foram recentemente estudadas no âmbito do “lazer sério” (e.g. Barbieri & Sotomayor, 2013; Cheng & Tsaur, 2012).

Os estudos sobre o “lazer sério” têm seguido essencialmente duas abordagens envolvendo (Cheng & Tsaur, 2012): i) a utilização das seis características do “lazer sério” para explorar a natureza de uma atividade (e.g. Getz & McConnell, 2011; Gibson et al., 2002; Kane & Zink, 2004; Smith, Costello, & Warren, 2010); e ii) a análise das características do “lazer sério” e a sua relação com outras variáveis (e.g. Barbieri & Sotomayor, 2013, Cheng & Tsaur, 2012; Gould, Moore, McGuire, & Stebbins, 2008; Tsaur & Liang, 2008).



Na primeira abordagem, por exemplo, Kane e Zink (2004) descobriram que um pacote de experiência de aventura pode ser um marcador significativo na carreira de “lazer sério”. Por outro lado, o trabalho de Gibson et al. (2002) sugere que ser um fã de desporto fornece uma fonte de identidade assim como um sentimento de pertença numa sociedade pós-moderna cada vez mais fragmentada, confirmando as seis características de “lazer sério” de Stebbins nos fãs de futebol. Por outro lado, os resultados de Getz e McConnell (2011) sugerem que muitos turistas desportivos sérios desenvolvem carreiras de viagens centradas em eventos competitivos.

Sob a segunda abordagem, Gould et al. (2008) desenvolveram um Inventário e Medição do Lazer Sério (*Serious Leisure Inventory and Measurement - SLIM*) como instrumento de avaliação do “lazer sério”, composto por 54 itens operacionais organizados em 18 sub-dimensões representando as seis qualidades definidoras do “lazer sério”. Outros estudos também foram desenvolvidos a partir do SLIM, sobre o xadrez (Gould, Moore, Karlin, Gaede, Walker, & Dotterweich 2011), observação de aves (Lee & Scott, 2013) e turismo de surf (Barbieri & Sotomayor, 2013). Por outro lado, Tsauro e Liang (2008) desenvolveram um instrumento para medir o constructo do “lazer sério”, dividindo-o em seis dimensões e 21 itens, para estudar observadores de aves e investigar a relação entre traços de “lazer sério” e especialização recreativa. A partir desse trabalho, outros estudos foram também realizados sobre atividades de surf (Cheng & Tsauro, 2012).

Estudos anteriores também sugeriram que os surfistas compartilham as seis qualidades do “lazer sério”. Esses estudos enfatizam a necessidade de os surfistas serem perseverantes na obtenção das habilidades e conhecimentos necessários para dominar as ondas (Butts, 2001; Ponting, 2008), mas também para negociar os muitos constrangimentos que enfrentam (fatores intrapessoais, interpessoais e estruturais), tais como, riscos físicos, cancelamento de compromissos sociais quando as ondas estão ideais para surfar, e a espera das boas ondas (Butts, 2001). Os surfistas podem tornar-se, ao longo do tempo, membros aceites pela subcultura do surf ao adquirirem as habilidades necessárias e ao adotarem um comportamento apropriado, podendo alcançar o reconhecimento dos seus pares, compartilhando assim o *ethos* único que está presente nesta subcultura (Butts, 2001). Os “surfistas sérios” também são caracterizados pelo esforço pessoal que fazem para dominar as suas habilidades (Dolnicar & Flucker, 2003b), e para entender e se apropriarem das atitudes, conhecimentos e valores da subcultura, através de um processo de instrução e socialização pelos seus pares, e pela absorção de informações através de livros, vídeos e revistas especializadas (Butts, 2001). O surf também cria a possibilidade de encontrar uma carreira, ao progredir para ondas mais difíceis (Butts, 2001), ou quando os surfistas realizam viagens para distâncias maiores ou para destinos especiais para praticar surf (Dolnicar & Flucker, 2003b). Evidências de benefícios duradouros também foram encontradas na literatura, especialmente nas formas de ganhar coragem, auto-revigoração, autoconfiança e aptidão (Buckley, 2012). Os surfistas apresentam, igualmente, um comportamento tribal caracterizado por uma forte identificação com a subcultura do surf, e que é exteriorizada através de comportamentos, como por exemplo, o de levar a prancha sempre que vão para a praia (Moutinho et al., 2007), bem como através da forma de vestir e de comunicar (Butts, 2001).

Num estudo recente, Cheng e Tsauro (2012) estudaram a relação entre as características de “lazer sério” dos surfistas e o seu envolvimento recreativo. Os autores deste estudo demonstraram que o *ethos*, a identidade com o surf, os esforços pessoais significativos, e a perseguição de uma carreira, são todos fortes indicadores das características do “lazer sério”. Por outro lado, consideram que a atração e a autoexpressão (dimensões do envolvimento

recreativo) têm um grande impacto, demonstrando que os surfistas com características mais marcadas de “lazer sério” têm um maior envolvimento recreativo. Por outro lado, Barbieri e Sotomayor (2013) investigaram a relação entre “lazer sério”, comportamentos de viagens de surf e preferências de destino, confirmando que os surfistas apresentam altos níveis nas seis qualidades do “lazer sério” e têm forte disposição para o turismo de surf. No entanto, no estudo de Barbieri e Sotomayor (2013), as qualidades de “lazer sério” não mostraram ser bons preditores do comportamento de viagens de surf.

### Metodologia

Este estudo é de natureza quantitativa quase experimental (Cohen, Manion, & Morrison, 2007; Sousa & Baptista, 2011). É um estudo quantitativo, uma vez que se vai analisar a quantificação da avaliação de diferentes fatores. Por sua vez, é quase experimental devido ao procedimento da escolha dos surfistas, ou seja, não existe a aleatoriedade do grupo de inquiridos.

Para a recolha dos dados foi aplicado um inquérito por questionário *online*. O questionário foi composto por cinco grupos de questões: i) características sociodemográficas (nacionalidade, sexo, faixa etária, estado civil, nível de escolaridade, situação profissional, e rendimento); ii) perfil de surf (se pratica ou não na atualidade, número de anos que pratica, estações do ano em que pratica, número de dias por semana que pratica, e disponibilidade financeira para evoluir na prática de surf); iii) comportamentos de viagem de surf (viagens realizadas no passado, destinos de viagem nos últimos 3 anos, com quem viaja, como escolhe o seu destino de surf, quanto gasta aproximadamente por dia durante a viagem, intenção de realizar uma viagem no futuro, e futuros destinos de surf); iv) atributos de um destino [25 itens adaptados de Dolnicar e Fluker (2003b), Barbieri e Sotomayor (2013) e Reis e Jorge (2012), avaliados numa escala de *likert* de 7 pontos, de 1 (*nada importante*) a 7 (*totalmente importante*)]; e v) “lazer sério” no surf [21 itens adaptados de Cheng e Tsaur (2012), avaliados numa escala de *likert* de 7 pontos, de 1 (*discordo completamente*) a 7 (*concordo completamente*)]. O questionário foi elaborado em Português e Inglês, utilizando a tradução e retradução (Hill & Hill, 2002), sendo validado através de uma aplicação pré-teste e pela análise de *experts* (*face validity*).

O questionário foi construído recorrendo à plataforma *Google Forms* e foi utilizada a técnica de amostragem por conveniência (Maroco, 2011). A população-alvo é integrada por praticantes de surf em Portugal, com 18 ou mais anos de idade. A divulgação do questionário foi realizada através de *websites* e outros meios de comunicação, mais precisamente em escolas de surf, páginas de grupos de *facebook* em Portugal e outros países. O questionário foi aplicado de junho a outubro de 2014 e foram obtidas 200 respostas.

A análise estatística univariada foi efetuada para apresentar as características sociodemográficas dos surfistas inquiridos, descrever o perfil de surf e o comportamento de viagem de surf e analisar as suas preferências pelos atributos de um destino de surf e seriedade do surf. A análise fatorial, via análise das componentes principais (ACP), foi utilizada para redução dos dados (Maroco, 2011). Os atributos de destino de surf (25 itens), e “lazer sério” no surf (21 itens) foram reduzidos para um número menor de dimensões ou componentes principais (respetivamente cinco e seis dimensões). Os seguintes critérios foram considerados para definição do número de dimensões a extrair (Maroco, 2011): i) Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) maior que 0,6 e valor de significância (usando o teste de Bartlett) menor que 0,1; ii) eigenvalue maior que 1,0 ou o gráfico *Scree Plot* indicando o número adequado de componentes principais; iii) comunalidades maiores que 0,4; iv) pesos fatoriais maiores que 0,4; e v) per-



centagem de variância explicada pelo menos por 60,0% da variância total. Para além do referido, a fiabilidade é avaliada através da consistência interna (coeficiente do alfa de Cronbach) e analisada em todas as dimensões e na estrutura global (Maroco, 2011). Um item de cada uma das escalas foi eliminado da estrutura fatorial final, para cumprir os critérios definidos: *destino com património histórico/cultural rico* (escala dos atributos de destino de surf) e *invisto no surf para ultrapassar as minhas dificuldades* (escala de “lazer sério” no surf). Toda a análise dos dados foi efetuada através do IBM SPSS (versão 21) para um nível de significância de 10,0%.

## Apresentação e discussão dos resultados

### Características sociodemográficas

A análise estatística univariada das variáveis nacionalidade, sexo, idade, estado civil, nível de escolaridade, situação profissional e rendimento, permitiu caracterizar o perfil sociodemográfico dos surfistas da nossa amostra (Tabela 1). Os resultados mostram que 88,5% dos inquiridos são Portugueses e a grande maioria (82,5%) é de sexo masculino.

**Tabela 1.** Características sociodemográficas dos participantes.

Indicadores sociodemográficos	<i>n</i>	%
<b>Nacionalidade</b>		
Portuguesa	177	88,5
Outras	23	11,5
<b>Sexo</b>		
Masculino	165	82,5
Feminino	35	17,5
<b>Faixa etária</b>		
18-30 anos	72	36,0
31-43 anos	99	49,5
≥44 anos	29	14,5
Média (M) ± Desvio-padrão (DP)	34 ± 9,0	
<b>Estado civil</b>		
Solteiro	119	59,5
Casado	68	34,0
Outros	13	6,5
<b>Nível de escolaridade</b>		
9.º ano (3.º Ciclo do Ensino Básico) ou menos	7	3,5
12.º ano (Ensino Secundário)	42	21,0
Licenciatura	100	50,0
Pós-graduação (Mestrado ou Doutoramento)	51	25,5
<b>Situação profissional</b>		
Trabalhador por conta de outrem	108	54,0
Proprietário ou trabalhador por conta própria	44	22,0
Estudante	40	20,0
Outras	8	4,0
<b>Rendimento</b>		
Sem rendimento	28	14,0
≤€500	14	7,0
€501-€1000	57	28,5
€1001-€1500	30	15,0
>€1500	19	35,5

Os surfistas da amostra são maioritariamente jovens adultos, com uma idade média de 34 anos (DP = ± 9,0). Os inquiridos são na sua maioria solteiros (59,5%) e um terço é casado (34,0%). A maioria (75,5%) dos surfistas inquiridos tem estudos de nível superior, incluindo estudos pós-graduados (25,5%), principalmente trabalhadores por conta de outrem (54,0%) e proprietários de empresas ou trabalhadores por conta própria (22,0%). A maioria (50,5%) dos surfistas que responderam também indicou que têm rendimentos acima da média Portuguesa (€1000).

## Perfil de surf

Quanto ao perfil de surf (Tabela 2), a grande maioria (84,5%) dos inquiridos afirmou que, no momento deste estudo, eram surfistas, e os restantes referiram que não eram praticantes nessa fase, mas que já tinham surfado no passado. Os participantes no estudo são principalmente (55,1%) surfistas experientes, praticantes há mais de 5 anos (na data do estudo). A maioria (49,1%) afirmou também surfar entre 2-3 vezes por semana, enquanto 23,1% afirmaram surfar 4 ou mais dias por semana. Os resultados mostram também que a grande maioria (87,6%) dos surfistas surfam ao longo de todo o ano, e mais de dois terços (68,7%) têm disponibilidade financeira para evoluir no surf.

**Tabela 2.** Perfil de surf dos participantes.

Perfil de surf	<i>n</i>	%
<b>Comportamento atual (n=200)</b>		
Prático surf	169	84,5
Não pratico atualmente mas já pratiquei surf	31	15,5
<b>Número de anos que pratica surf (n=169)*</b>		
Menos de 1 ano	10	5,9
1-2 anos	9	5,3
3-5 anos	57	33,7
6-10 anos	51	30,2
11-20 anos	30	17,8
Mais de 20 anos	12	7,1
<b>Estações do ano que pratica surf (n=169)*</b>		
Primavera	3	1,8
Verão	10	5,9
Outono	4	2,4
Inverno	4	2,4
Durante todo o ano	148	87,6
<b>Número de dias por semana que pratica surf (n=169)*</b>		
Menos de 1 dia por semana	25	14,8
1 dia por semana	22	13
2 dias por semana	50	29,6
3 dias por semana	33	19,5
4 dias por semana	23	13,6
5 dias por semana	7	4,1
6 dias por semana	4	2,4
7 dias por semana	5	3,0
<b>Disponibilidade financeira para evoluir no surf (n=169)*</b>		
Nenhuma porque ainda não recebo ordenado	12	7,1
Nenhuma porque só posso garantir necessidades básicas	41	24,3
Alguma porque vivo com algum conforto financeiro	87	51,5
Total porque tenho disponibilidade financeira	29	17,2

\* Apenas incluídos os praticantes atuais de surf.

## Comportamentos de viagem de surf

A grande maioria (80,0%) dos inquiridos já fez uma viagem de surf de pelo menos 2 dias, sendo que, nos últimos três anos, 66,3% optaram por destinos domésticos, enquanto apenas 33,7% viajaram principalmente para destinos internacionais (Tabela 3).

**Tabela 3.** Comportamentos de viagem de surf dos participantes.

Indicadores	N	%
<b>Viagens de surf realizadas (n=200)</b>		
Realizei pelo menos uma viagem de surf (pelo menos 2 dias)	160	80,0
Nunca realizei uma viagem de surf	40	20,0
<b>Destinos de viagens de surf nos últimos 3 anos (n=160)*</b>		
Preferencialmente destinos nacionais	106	66,3
Preferencialmente destinos internacionais	54	33,7
<b>Duração média da viagem de surf (n=160)*</b>		
Menos de 1 semana	47	29,4
1-2 semanas	88	55,0
3-4 semanas	19	11,8
1- 2 meses	6	3,8
>2 meses	0	0,0
<b>Com quem normalmente viaja (n=160)*</b>		
Sozinho/a	16	10,0
Com a família (incluindo crianças)	27	16,9
Companheiro/a	25	15,6
Amigos	83	51,9
Grupo organizado	9	5,6
<b>Como escolhe o seu destino de surf (n=160)*</b>		
Através de <i>sites</i> na <i>internet</i>	37	23,1
Por sugestões de amigos	66	41,2
Através de revistas / jornais / outros meios de comunicação	24	15,0
Pelos eventos / campeonatos que ocorram no local	10	6,3
Visita prévia	11	6,9
Outro	12	7,2
<b>Aproximadamente, quanto gasta por dia, por pessoa durante a sua viagem de surf (n=160)*</b>		
< 20€	20	12,5
20€-40€	44	27,4
41€-80€	55	34,3
81€-100€	16	10,0
101€-120€	10	6,3
121€-140€	6	3,8
141€-180€	3	1,9
181€-200€	2	1,3
>200€	4	2,5
<b>Intenção de realizar uma viagem de surf no futuro (n=200)</b>		
Não totalmente disposto	2	1,0
Não muito disposto	1	0,5
Não disposto	1	0,5
Nem não disposto nem disposto	18	9,0
Disposto	21	10,5
Muito disposto	22	11,0
Totalmente disposto	135	67,5
<b>Futuros destinos de surf (n=200)</b>		
Preferencialmente destinos nacionais	61	30,5
Preferencialmente destinos internacionais	139	69,5

\* Apenas incluídos os praticantes de surf que já realizaram viagens de surf.

Em termos de duração média da viagem, a maioria (55,0%) fez viagens de surf de 1-2 semanas, enquanto para 29,4%, as viagens foram de menos de uma semana. Os surfistas viajam principalmente (41,5%) com amigos, e apenas 10,0% viajam sozinhos. Para escolherem um destino de surf, 41,2% fazem-no de acordo com as sugestões de amigos, e 23,1% escolhem através de *sites* da *internet*. Em relação ao dinheiro gasto por dia, 50,6% referem que gastam entre €40-120, e 40,0% referem gastar menos de €40. Quanto à intenção de viajar no futuro, 67,5% demonstraram estar totalmente dispostos a viajar, e 69,5% decidiram por destinos internacionais, mostrando que os surfistas apresentam uma alta propensão ao turismo de surf.

### Atributos de um destino de surf

A análise da estrutura fatorial dos 24 itens da escala dos atributos de um destino de surf (Tabela 4) foi realizada através da análise fatorial exploratória, com a extração dos fatores pelo método da ACP, utilizando a rotação *varimax*. Os critérios definidos para aceitação da estrutura fatorial foram respeitados: KMO (0,84), *Bartlett test* ( $p$ -value = 0,001), *eigenvalue* maior do que 1.0 ou a regra da “curva de cotovelo” no gráfico *scree plot*, pesos fatoriais maiores que 40,0%, e 69,4% da variância total explicada por cinco componentes. A consistência interna, avaliada através do *alfa de Cronbach*, é considerada *boa* para a estrutura fatorial global (0,88) e, pelo menos, aceitável para as cinco dimensões (Maroco, 2011).

Os atributos mais valorizados, aquando da escolha de um destino de surf, estão relacionados com a dimensão *condições naturais para surfar* ( $M \pm DP = 6,0 \pm 0,9$ ), em especial com a *boa qualidade das ondas* ( $M \pm DP = 6,5 \pm 0,8$ ) e a *diversidade de locais para surfar* ( $M \pm DP = 6,2 \pm 1,1$ ). Um destino com uma *boa qualidade ambiental* ( $M \pm DP = 5,9 \pm 1,2$ ), com *bom clima* ( $M \pm DP = 5,7 \pm 1,1$ ), e *seguro* ( $M \pm DP = 5,7 \pm 1,3$ ), são outros atributos de um destino de surf. Por outro lado, *infraestruturas/equipamentos de apoio para família e amigos* ( $M \pm DP = 3,7 \pm 1,2$ ) é a dimensão menos valorizada, especialmente *escolas de surf locais/surf camps* ( $M \pm DP = 3,0 \pm 1,9$ ), e *animação noturna atrativa* ( $M \pm DP = 3,3 \pm 1,5$ ).

### “Lazer sério” no surf

A análise da estrutura fatorial dos 20 itens da escala do “lazer sério” no surf (Tabela 5) foi realizada através da ACP, utilizando a rotação *varimax*. Os critérios definidos para aceitação da estrutura fatorial foram respeitados: KMO (0,86), *Bartlett test* ( $p$ -value = 0,001), *eigenvalue* maior do que 1.0 ou a regra da “curva de cotovelo” no gráfico *scree plot*, pesos fatoriais maiores que 40,0%, e 73,1% da variância total explicada por seis componentes. A consistência interna, avaliada através do *alfa de Cronbach*, é considerada *boa* para a estrutura fatorial global (0,88) e, pelo menos, aceitável para as 6 dimensões (Maroco, 2011).

Em termos gerais, os 20 itens foram classificados com valores elevados ( $M \pm DP = 5,3 \pm 0,6$ ). As qualidades do “lazer sério” no surf mais valorizadas foram os *benefícios* ( $M \pm DP = 6,0 \pm 1,1$ ) [*Sinto prazer e satisfação em participar em atividades de surf* ( $M \pm DP = 6,5 \pm 1,6$ )] e a *carreira* ( $M \pm DP = 5,7 \pm 1,3$ ) [*Espero manter-me como praticante de surf a longo prazo* ( $M \pm DP = 6,3 \pm 1,2$ ); *Para mim, o surf é uma parte importante da minha vida* ( $M \pm DP = 6,0 \pm 1,4$ )]. Estes resultados mostram a importância que o surf tem na vida dos surfistas.

**Tabela 4.** ACP das 5 componentes dos atributos de um destino de surf.

Componentes principais	Itens	M	DP	Pesos fatoriais	M	DP	Variância total (%)	Cronbach's $\alpha$
<i>Infraestruturas de surf e ambiente cultural</i>	Destino com escolas de surf locais / <i>surf camps</i>	3,0	1,9	0,759	3,7	1,2	18,9	0,87
	Destino com lojas locais de aluguer e venda de equipamento para a prática de surf (pranchas de surf, fatos, etc.)	3,6	1,8	0,738				
	Destino popular de surf	3,4	1,6	0,721				
	Destino que permita conhecer outros surfistas	4,5	1,7	0,697				
	Destino com características para a prática física desportiva	4,3	1,8	0,693				
	Destino com infraestruturas de apoio de praia (balneários, cacifos, bar, esplanada)	3,6	1,8	0,665				
	Destino com diversidade de serviços (comércio, atrações, etc.)	3,9	1,5	0,621				
	Destino com animação noturna atrativa	3,3	1,5	0,567				
<i>Instalações turísticas e hospitaleiras</i>	Destino com boa qualidade de alojamento	4,7	1,5	0,772	5,0	1,0	16,4	0,84
	Destino seguro	5,7	1,3	0,700				
	Destino com infraestruturas / equipamentos de apoio para família e amigos	4,7	1,6	0,683				
	Destino com boa qualidade ambiental	5,9	1,2	0,682				
	Destino hospitaleiro	5,4	1,4	0,666				
	Destino com boa gastronomia	4,7	1,5	0,597				
	Destino com boas acessibilidades	4,2	1,5	0,544				
<i>Condições naturais para surfar</i>	Destino com diversidade de locais para surfar	6,2	1,1	0,829	6,0	0,9	8,8	0,66
	Destino com boa qualidade de ondas (consistência da onda, bom <i>swell</i> , diversidade de tipo de ondas)	6,5	0,8	0,772				
	Destino com locais secretos para surfar	5,3	1,6	0,600				
<i>Destino sossegado e pouco frequentado</i>	Destino que permita a proximidade com a comunidade local	5,1	1,4	0,711	5,3	1,0	7,7	0,51
	Destino com preços baixos (baixo custo de vida)	5,4	1,4	0,570				
	Destino com baixa procura turística	5,4	1,3	0,539				
<i>Características naturais</i>	Destino com boa temperatura da água	5,0	1,4	0,840	5,2	1,0	7,6	0,65
	Destino com bom clima	5,7	1,1	0,735				
	Destino com fáceis acessos aos surf <i>spots</i>	4,9	1,4	0,449				



**Tabela 5.** ACP das 6 componentes do “lazer sério” no surf.

Componentes principais	Itens	M	DP	Pesos fatoriais	M	DP	Variância total	Cronbach's $\alpha$
<i>Carreira</i>	Para mim, o surf é uma parte importante da minha vida	6,0	1,4	0,847	5,7	1,3	19,0	0,85
	Sem o surf, a minha vida seria monótona	5,0	1,9	0,711				
	Espero manter-me como praticante de surf a longo prazo.	6,3	1,2	0,773				
	Dedico tempo e esforço significativos ao surf	5,2	1,6	0,787				
<i>Ethos</i>	Encontro muitos amigos ao participar em atividades de surf	5,5	1,6	0,684	5,2	1,4	15,7	0,88
	Partilho sentimentos de confiança e valores com os meus colegas do surf	5,5	1,4	0,749				
	Encontro-me com colegas de surf e pratico outras atividades conjuntamente	5,2	1,6	0,805				
	Posso falar de tudo com os meus colegas do surf	4,5	1,7	0,839				
<i>Perseverança</i>	Gostaria de surfar apesar de estar muito ocupado	5,6	1,5	0,853	5,3	1,5	12,0	0,72
	Gostaria de surfar apesar de estar muito cansado	5,0	1,8	0,914				
	Gostaria de surfar apesar de me "sentir em baixo"	5,6	1,8	0,701				
<i>Esforço</i>	Estou disposto a investir tempo e dinheiro no aperfeiçoamento de técnicas de surf	4,6	1,7	0,803	4,3	1,4	9,8	0,72
	Estou disposto a comprar livros e vídeos que ajudem a melhorar a minha técnica no surf	3,6	1,8	0,884				
	Tenho oportunidade de me manter atualizado ao frequentar atividades de surf	4,8	1,7	0,442				
<i>Identidade</i>	Acredito que nenhuma outra atividades de lazer substitui o surf	5,2	1,9	0,484	5,5	1,4	8,9	0,77
	Gosto de ver programas de surf na TV	5,6	1,5	0,751				
	Gosto de debater assuntos interessantes sobre o surf, com outras pessoas	5,5	1,4	0,606				
<i>Benefícios</i>	Sinto prazer e satisfação em participar em atividades de surf	6,5	1,6	0,455	6,0	1,1	8,1	0,70
	Realizo-me no surf	5,6	1,6	0,646				
	Melhoro o meu aspeto físico ao praticar surf	5,6	1,5	0,576				

Por outro lado, *esforço* ( $M \pm DP = 4,3 \pm 1,4$ ) é a qualidade do “lazer sério” no surf com os resultados mais baixos, especialmente pelo item “*Estou disposto a comprar livros e vídeos que ajudem a melhorar a minha técnica no surf*” ( $M \pm DP = 3,6 \pm 1,8$ ). Estes resultados podem ser explicados pelo facto de a maioria dos entrevistados serem surfistas experientes com competência elevada, que não necessitam de despende de tempo e dinheiro para se envolverem no surf.

### Conclusões

Os resultados desta investigação permitiram reforçar a compreensão da perspetiva do “lazer sério” como um importante quadro conceitual para o estudo de participantes de turismo desportivo e de desportos de natureza (Melo, 2017). Mais especificamente, este estudo contribuiu para a compreensão do turismo de surf, um importante e emergente setor do turismo desportivo em Portugal, determinando as características sociodemográficas dos surfistas, o seu perfil de surf, o seu comportamento de viagem de surf, e os atributos de destino de surf.

As características sociodemográficas dos surfistas que responderam a este estudo são semelhantes às de outros praticantes de desportos de natureza em Portugal (Melo & Gomes, 2014, 2017b) e aos surfistas relatados em outros estudos da literatura (e.g. Barbieri & Sotomayor, 2013; Dolnicar & Flucker, 2003a). De acordo com os resultados deste estudo, os surfistas em Portugal são predominantemente do sexo masculino, jovens/adultos com uma participação decrescente com o aumento da idade, com um nível de escolaridade muito elevado, a trabalhar para outros e com rendimentos acima da média portuguesa. Os inquiridos são, maioritariamente, surfistas experientes com uma participação frequente em atividades de surf ao longo do ano, e com disponibilidade financeira para evoluir no surf. Neste sentido, o potencial das atividades de surf é muito atrativo, dada a elevada propensão dos surfistas para praticarem atividades de surf ao longo do ano, e pela sua composição sociodemográfica (com elevadas qualificações académicas e maiores rendimentos mensais) que permite ter comportamentos mais sustentáveis nos locais de suas práticas, tal como o evidenciado noutros estudos (Falcão, Damásio, & Melo, 2017; Melo & Gomes, 2016a).

Este estudo também destaca que os surfistas têm uma forte disposição para o turismo de surf, como já relatado na literatura (Barbieri & Sotomayor, 2013; Butts, 2001), porque 80.0% dos surfistas entrevistados indicaram que já fizeram uma viagem de surf no passado, e a maioria (90.0%) tem propensão para fazer uma viagem de surf no futuro. Estes dados, juntamente com a duração média das viagens de surf, e o montante médio gasto por dia durante a viagem, permitem reforçar que o turismo de surf é um sector turístico crescente capaz de gerar um impacto económico importante.

A análise dos atributos de destino de surf mais valorizados estão relacionados com as condições naturais para a prática de surf (e.g. variedade de lugares para surfar e boa qualidade de ondas), facto que pode ser explicado porque os surfistas estão em constante procura da onda perfeita e por diferentes *spots* de surf (Barbieri & Sotomayor, 2013; Butts, 2001; Ponting, 2009; Ponting & McDonald, 2013). Por outro lado, as infraestruturas e o ambiente cultural do surf (e.g. as escolas de surf/*surfcamps*) são os atributos menos valorizados, presumivelmente porque os indivíduos da nossa amostra são surfistas experientes com autonomia (provavelmente com equipamento próprio), que querem melhorar as suas competências e que não precisam de adquirir serviços de surf (e.g. aluguer de equipamentos).

Os resultados deste estudo também mostram que, em geral, os itens de “lazer sério” foram classificados com pontuação alta ( $M \pm DP = 5.3 \pm 0.6$ ), como já relatado em outros estudos (Barbieri & Sotomayor, 2013), demonstrando que os surfistas apresentam as seis qualidades de “lazer sério”, em especial relacionados com benefícios, carreira e identidade. Por sua vez, estes dados permitem reafirmar que o surf pode ser considerado como uma atividade de “lazer sério”.

Este estudo também apresenta algumas limitações, especialmente relacionadas com o tamanho e representatividade da amostra, o que deve ser levado em consideração para futuras investigações. Apesar do tamanho ( $n=200$ ) poder ser considerado suficiente para desenvolver um estudo exploratório, o reduzido número de surfistas analisados, o uso de uma amostragem por conveniência, e da aplicação *online*, poderá apresentar alguns problemas de representatividade, especialmente devido ao reduzido número de respostas de surfistas internacionais ( $n=23$ ), impedindo a generalização de resultados para a comunidade de surfistas. Por outro lado, também devem ser considerados alguns problemas relacionados com o contexto social de surfistas internacionais, pois apesar do questionário ter sido validado em duas línguas (Português e Inglês), os problemas podem surgir para aqueles que não falam Português nem Inglês. Por estas razões, esses resultados devem ser interpretados com cautela porque os participantes podem não representar a percepção geral dos “surfistas sérios” e os resultados devem ser tomados como indicativos e geradores de hipóteses para futuras investigações. Assim, estudos futuros deverão incluir uma amostra maior, e utilizar outros métodos de recolha de dados que permitam uma maior representatividade dos indivíduos (nacionais e internacionais) que surfam em Portugal, para analisar ainda mais a influência da seriedade do surf através de regiões geográficas. Para além disso, o turismo de surf deve ser investigado a partir de outras perspetivas. Por exemplo, a segmentação dos surfistas permitirá aos gestores decidir qual dos grupos de surfistas é mais atrativo para o território com base nos pontos fortes e nos respetivos recursos do destino e determinar quais os aspetos do produto de destino que devem ser destacados na sua promoção.

### Referências bibliográficas

- Barbieri, C., & Sotomayor, S. (2013). Surf travel behavior and destination preferences: An application of the Serious Leisure Inventory and Measure. *Tourism Management*, 35, 111-121.
- Bartram, S. (2001). Serious leisure careers among whitewater kayakers: A feminist perspective. *World Leisure Journal*, 43(2), 4-11.
- Breedveld, J. (1995). Ripcurl Pro/Qui Womens Classic Surfing Contest economic impact assessment. *Australian Leisure*, 6(4), 15-16.
- Buckley, R. (2002a). Surf tourism and sustainable development in Indo Pacific Island - the industry and the islands. *Journal of Sustainable Tourism*, 10(5), 405-424.
- Buckley, R. (2002b). Surf tourism and sustainable development in Indo Pacific Island - recreational capacity management and case study. *Journal of Sustainable Tourism*, 10(5), 425-442.
- Buckley, R. (2012). Rush as a key motivation in skilled adventure tourism: Resolving the risk recreation paradox. *Tourism Management*, 33, 961-970.
- Butts, S. (2001). Good to the last drop: understanding surfers' motivations. *Sociology of Sport Online*, 4(1), 1-7. Disponível em <http://www.physed.otago.ac.nz/sosol/v4i1/v4i1butt.htm>

- Campos, F., Portugal, A., & Melo, R. (2017). Surf Tourism and Serious Leisure: a Comparison Between Less Serious and More Serious Surfers in Portugal. In R. Melo & C. Sobry (Coords.), *Sport Tourism: New Challenges in a Globalized World* (pp. 299-327). Cambridge: Cambridge Scholars Publishing.
- Cheng, T., & Tsaur, S. (2012). The relationship between serious leisure characteristics and recreation involvement: a case study of Taiwan's surfing activities, *Leisure Studies*, 31(1), 53-68.
- Cohen, L., Manion, L., & Morrison, K. (2007). *Research Methods in Education*. London and New York: Routledge.
- Cole, J., & Scott, D. (1999). Segmenting participation in wildlife watching: a comparison of casual wildlife watchers and serious birders. *Human Dimensions of Wildlife*, 4(4), 44-61.
- Dilley, R., & Scraton, S. J. (2010). Women, climbing and serious leisure. *Leisure Studies*, 29(2), 125-141.
- Dolnicar, S., & Fluker, M. (2003a). Behavioural market segments among surf tourists - investigating past destination choice. *Journal of Sport Tourism*, 8(3), 186-196.
- Dolnicar, S., & Fluker, M. (2003b). Who's riding the wave? An investigation into demographic and psychographic characteristics of surf tourists. In *Proceedings of the 13th international research conference of the Council for Australian University Tourism and Hospitality Education (CAUTHE)*.
- Falcão, A., Damásio, A., & Melo, R. (2017). Profile of practice, travel behaviour and motivations for geocaching. *European Journal of Tourism Research*, 16, 92-107.
- Fluker, M. (2003). Riding the wave: defining surf tourism (Online). In R. W. Braithwaite (Ed.). *CAUTHE 2003: Riding the wave of tourism and hospitality research* (pp. 398-406). Lismore: Southern Cross University.
- Getz, D., & Fairley S. (2003). Media management at sport events for destination promotion: Case studies and concepts. *Event Management*, 8(3), 127-139.
- Getz, D., & McConnell, A. (2011). Serious sport tourism and event travel careers. *Journal of Sport Management*, 25, 326-339.
- Gibson, H., Willming, C., & Holdnak, A. (2002). "We're Gators. not just Gator fans": serious leisure and University of Florida football. *Journal of Leisure Research*, 34(4), 397-425.
- Gould, J., Moore, D., Karlin, N. Gaede, D., Walker, J., & Dotterweich, A. (2011). Measuring serious leisure in chess: Model confirmation and method bias. *Leisure Sciences*, 33(4), 332-340.
- Gould, J., Moore, D., McGuire, F., & Stebbins, R. (2008). Development of the serious leisure inventory and measure. *Journal of Leisure Research*, 40(1), 47-68.
- Hastings, D., Kurth, S., Schloder, M., & Cyr, D. (1995). Reasons for participating in a serious leisure career: comparison of Canadian and U.S. masters swimmers. *International Review for the Sociology of Sport*, 30, 101-119.
- Hill, M., & Hill, A. (2002). *Investigação por questionário*. Lisboa: Sílabo.
- Jones, I. (2000). A model of serious leisure identification: the case of football fandom. *Leisure Studies*, 19, 283-298.
- Johnson, J., & Orbach, M. (1986). The role of cultural context in the development of low-capital ocean leisure activities. *Leisure Sciences*, 8(3), 319-339.
- Kane, M., & Zink, R. (2004). Package adventure tours: markers in serious leisure careers. *Leisure Studies*, 23(4), 329-345
- Kelly, J. (1973). Surf parameters: Final report part II: Social and historical dimensions. Honolulu: University of Hawaii James K.K. Look Laboratory of Oceanographic Engineering.

- Lazarow, N., Miller, M., & Blackwell, B. (2008). The Value of Recreational Surfing to Society. *Tourism in Marine Environments*, 5(2–3), 145-158
- Lee, S., & Scott, D. (2013). Empirical Linkages Between Serious leisure and Recreational Specialization. *Human Dimensions of Wildlife*, 18, 450-462.
- Markrich, M. (1988). *Economic Effects of Surfing Activities in Hawaii*. Honolulu: University of Hawaii Sea Grant College Program.
- Maroco, J. (2011). *Análise estatística com SPSS statistics*. Pêro Pinheiro: ReportNumber.
- Martin, S., & Assenov, I. (2012). The genesis of a new body of sport tourism literature: A systematic review of surf tourism research (1997–2011). *Journal of Sport & Tourism*, 17(4), 257–287.
- Martin, S., & Assenov, I. (2014a). Developing a Surf Resource Sustainability Index as a Global Model for Surf Beach Conservation and Tourism Research. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 19(7), 760-792.
- Martin, S., & Assenov, I. (2014b). Investigating the Importance of Surf Resource Sustainability Indicators: Stakeholder Perspectives for Surf Tourism Planning and Development. *Tourism Planning & Development*, 11(2), 127-148.
- Melo, R. (2013). *Desportos de Natureza e Desenvolvimento Local Sustentável: Análise dos Praticantes e das Organizações Promotoras dos Desportos de Natureza* (Tese de doutoramento não publicada). Universidade de Coimbra, Coimbra, Portugal.
- Melo, R. (2017). Understanding Nature Sports Participation: A Literature Review. In R. Melo & C. Sobry (Coords.), *Sport Tourism: New Challenges in a Globalized World* (pp. 241-275). Cambridge: Cambridge Scholars Publishing.
- Melo, R., & Gomes, R. (2014). Desportos de Natureza: caracterização dos praticantes residentes em Portugal. In B. Pereira, A. Silva, A. Cunha, & J. Nascimento (Eds.). *Atividade Física, Saúde e Lazer, olhar e pensar o corpo* (pp. 165-185). Florianópolis: Tribo da Ilha.
- Melo, R., & Gomes, R. (2016a). Nature Sports and Sustainable Local Development: Practitioners and Organizations Managers' Perspectives in Portugal. In C. Sobry (Ed.), *Sport Tourism and Local Sustainable Development* (pp. 75-100). Lille: L'Harmattan.
- Melo, R., & Gomes, R. (2016b). Understanding Nature Sports Organizations in Portugal. *The Open Sports Sciences Journal*, 9, 1-13.
- Melo, R., & Gomes, R. (2017a). A Sociocultural Approach to Understanding the Development of Nature Sports. In R. Melo & C. Sobry (Coords.), *Sport Tourism: New Challenges in a Globalized World* (pp. 47-76). Cambridge: Cambridge Scholars Publishing
- Melo, R., & Gomes (2017b). Nature Sports Participation: Understanding Demand, Practice Profile, Motivations and Constraints. *European Journal of Tourism Research*, 16, 108-135.
- Moutinho, L., Dionísio, P., & Leal, C. (2007). Surf tribal behaviour: a sports marketing application. *Marketing Intelligence & Planning*, 25(7), 668-690.
- O'Connor, J., & Brown, Y. (2010). Riding with the Sharks: Serious leisure Cyclist's Perceptions of Sharing the Road with Motorists. *Journal of Science and Medicine in Sport*, 13, 53-58.
- O'Brien, D. (2007). Points of leverage: Maximizing host community benefit from a regional surfing festival. *European Sport Management Quarterly*, 7(2), 141-165.
- O'Brien, D., & Ponting J. (2013). Sustainable Surf Tourism: A Community Centered Approach in Papua New Guinea. *Journal of Sport Management*, 27(2), 158-172.
- Poizat-Newcomb, S. (1999a). The genesis of a sports tourism activity-surfing (part I). *Journal of Sport & Tourism*, 5(4), 5-14



- Poizat-Newcomb, S. (1999b). The genesis of a sports tourism activity – Surfing (part II). *Journal of Sport & Tourism*, 5(4), 14–25.
- Ponting, J. (2008). Consuming Nirvana: An exploration of surfing tourist space (Unpublished doctoral thesis). Retrieved from <https://opus.lib.uts.edu.au/handle/2100/851>
- Ponting, J. (2009). Projecting paradise: the surf media and the hermeneutic circle in surfing tourism. *Tourism Analysis*, 14, 175-185.
- Ponting, J., & McDonald, M. (2013). Performance, agency and change in surfing tourist space. *Annals of Tourism Research*, 43, 415–434.
- Ponting, J., & O'Brien, D. (2014). Liberalizing Nirvana: an analysis of the consequences of common pool resource deregulation for the sustainability of Fiji's surf tourism industry. *Journal of Sustainable Tourism*, 22(3), 384-402.
- Reis, P., & Jorge, J. (2012). Surf tourism: segmentation by motivation and destination choice. *Proceedings of the 2nd International Conference on Tourism Recreation*, Peniche.
- Siegenthaler, K., & O'Dell, I. (2003). Older golfers: Serious leisure and successful aging. *World Leisure Journal*, 45(1), 47-54.
- Smith, S., Costello, C., & Warren, J. (2010). Marathons as serious leisure tourism. In J. Chen (Ed.), *Advances in hospitality leisure* (pp. 43-58). Bingley: Emerald.
- Sousa, M., & Baptista, C. (2011). *Como fazer investigação, dissertações, tese e relatórios, segundo Bolonha*. Lisboa: Pactor.
- Spurgin, K. (2008). *Everyday information organization practices in the pursuit of leisure: The information organization, management, and keeping activities of amateur art photographers*. UNC Chapel Hill: School of Information and Library Science.
- Stebbins, R. (1982). Serious leisure: a conceptual statement. *The Pacific Sociological Review*, 25(2), 251-272.
- Stebbins, R. (1992). *Amateurs, professionals, and serious leisure*. Montreal: McGill- Queen's University Press.
- Stebbins, R. (1996a). Cultural tourism as serious leisure. *Annals of Tourism Research*, 23, 948-950.
- Stebbins, R. (1996b). Volunteering: a serious leisure perspective. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 25, 211-224.
- Stebbins, R. (2005). *Challenging mountain nature: risk, motive and lifestyle in three hobbyist sports*. Calgary: Detselig.
- Stebbins, R. (2007). *Serious leisure: A perspective for our time*. New Brunswick: AldineTransaction.
- Tsaur, S., & Liang, Y. (2008). Serious leisure and recreation specialization. *Leisure Sciences*, 30(4), 325–341.
- Tsung-Chiung, W., Chyong-Ru, L., & Wan-Chen, Y. (2012). Segmenting indigenous tourists from a serious leisure perspective. *Journal of Vacation Marketing*, 18(1), 117-129.
- Wheaton, B. (2010). Introducing the consumption and representation of lifestyle sports. *Sport in Society: Cultures, Commerce, Media, Politics*, 13(7-8), 1057-1081.
- Yoder, D. (1997). A model for commodity intensive serious leisure. *Journal of Leisure Research*, 29(4), 407-429.