

**LIMINARIDADES E AUTENTICIDADES: UMA VIAGEM À DIMENSÃO RITUAL E EXISTENCIAL DO TURISMO\***

João Filipe Marques\*\*

**Resumo**

Neste pequeno ensaio reconstitui-se a viagem que liga os dois grandes paradigmas teóricos da Sociologia do Turismo que exploram a ideia segundo a qual a experiência turística pode ser indutora de mudanças significativas no sujeito viajante: a teoria da liminaridade turística - oriunda da Antropologia do Ritual - e a noção de Autenticidade Existencial, cujos fundamentos radicam na Filosofia Existencialista. Segundo a teoria da liminaridade, a viagem turística constitui um processo simbólico de marcação do tempo e das etapas da vida, dotado de uma estrutura comparável à do processo ritual, através do qual o viajante/turista sai dos locais que lhe são familiares (momento de *separação*) para um destino (espaço-tempo *liminar*), regressando posteriormente ao local de origem (*reintegração*). Essa situação de liminaridade é geradora de um sentimento de comunhão profunda (*communitas*) com os outros seres humanos e de dissolução momentânea das hierarquias sociais. A noção de Autenticidade Existencial, por seu turno, refere-se a um *estado especial do Ser* que é ativado pelas experiências turísticas durante as quais os indivíduos têm oportunidade para serem verdadeiros para consigo próprios e para com os seus valores e convicções. Esta viagem efetua ainda as imprescindíveis paragens em algumas das principais declinações do tema da Autenticidade no turismo, de *flow*, de *co-criação*, de turismo criativo e do poder transformacional do turismo. Termina-se com uma crítica ligeira aos principais adversários daquelas duas abordagens, em concreto, aos defensores da chamada «teoria da desdiferenciação».

**Palavras-chave:** Autenticidade; Autenticidade Existencial; *Communitas*; Liminaridade; Ritual.

**LIMINALITY AND AUTHENTICITY: A JOURNEY INTO THE RITUAL AND EXISTENTIAL DIMENSIONS OF TOURISM****Abstract**

This short essay seeks to reconstruct the journey that connects the two major theoretical paradigms of the Sociology of Tourism that explore the idea that the tourist experience can induce significant changes in the travelling subject: the theory of tourist liminality - derived from the Anthropology of Ritual - and the notion of Existential Authenticity, whose foundations are rooted in the Existentialist Philosophy. According to the theory of liminality, the tourist trip constitutes a symbolic process of marking time and the stages of life, having a structure similar to the ritual process, through which the traveler/tourist leaves places that are familiar to him (a moment of separation) to a destination (liminal space-time), subsequently returning to the place of origin (reintegration). This situation of liminality generates a deep feeling of togetherness (*communitas*) towards other human beings and a temporary dissolution of social hierarchies. The notion of Existential Authenticity refers to a *special state of Being* that is triggered by tourist experiences, during which individuals have the opportunity to be true to themselves and to their values and convictions. Brief stops are made in some of the declinations of the theme of Authenticity in tourism, in the notions of flow, co-creation and the transformational power of tourism. It ends with a light criticism of the main opponents of those two approaches, specifically, the defenders of the so-called "de-differentiation theory".

**Keywords:** Authenticity; Existential Authenticity; *Communitas*; Liminality; Ritual.

**LIMINARIDADES Y AUTENTICIDADES: UN VIAJE A LA DIMENSIÓN RITUAL Y EXISTENCIAL DEL TURISMO****Resumen**

En este breve ensayo se reconstruye el viaje que conecta los dos grandes paradigmas teóricos de la Sociología del Turismo que exploran la idea de que la experiencia turística puede inducir cambios significativos en el sujeto viajero: la teoría de la liminalidad turística - derivada de la Antropología del Ritual - y la noción de Autenticidad Existencial, cuyos fundamentos están enraizados en la Filosofía Existencialista. Según la teoría de la liminalidad, el viaje turístico constituye un proceso simbólico de marcación del tiempo y de las etapas de la vida, que presenta una estructura comparable a la del proceso ritual, a través del cual el viajero/turista abandona los lugares que le son familiares (momento de separación) hasta un destino turístico (espacio-tiempo liminal), regresando posteriormente al lugar de origen (reintegración). Esta situación de liminalidad genera un sentimiento de profunda comunión (*communitas*) con otros seres humanos y la disolución momentánea de las jerarquías sociales. La noción de Autenticidad Existencial, a su vez, se refiere a un *estado especial del Ser* que se activa mediante experiencias turísticas durante las cuales los individuos tienen la oportunidad de ser fieles a sí mismos y a sus valores y convicciones. Se hacen breves paradas en algunas de las principales declinaciones del tema de la Autenticidad en el turismo, en las nociones de flow, co-creación, turismo creativo y el poder transformador del turismo. Se termina con una ligera crítica a los principales opositores a esos dos enfoques, en concreto, a los defensores de la llamada "teoría de la desdiferenciación".

**Palabras clave:** Autenticidad; Autenticidad Existencial; *Communitas*; Liminaridad; Ritual.



Licenciada por Creative Commons  
4.0 / Internacional  
CC BY 4.0

\* Este texto reproduz a «Lição» para obtenção do título de Agregado em Sociologia que foi proferida pelo autor na Universidade do Algarve a 9 de dezembro de 2021.

\*\* Doutor em Sociologia pela *École des Hautes Études en Sciences Sociales de Paris*. Mestre e Licenciado em Antropologia pela Universidade Nova de Lisboa. É Professor Associado com Agregação na Faculdade de Economia da Universidade do Algarve - onde dirige o Curso de Mestrado em Sociologia - e investigador do Centro de Investigação em Turismo, Sustentabilidade e Bem Estar (CinTurs) - onde coordena a área «Turismo, Lazer e Sociedade». É membro da Comissão Coordenadora da secção temática Sociologia do Turismo da Associação Portuguesa de Sociologia. Tem publicado nas áreas da Sociologia do Racismo, das Relações Interétnicas e da Etnicidade e entre os seus interesses científicos atuais incluem-se os fenómenos das Mobilidades, do Lazer e do Turismo. [[jfmarq@ualg.pt](mailto:jfmarq@ualg.pt)]

*A verdadeira viagem de descoberta não consiste em procurar novas paisagens, mas em ter um novo olhar*

Marcel Proust, *Em Busca do Tempo Perdido*

## 1 O RITUAL TURÍSTICO

Desde os primeiros tempos da reflexão sociológica sobre os fenómenos turísticos associados à modernidade, houve diversos autores que se sentiram tentados a comparar a viagem turística à experiência religiosa. Esta comparação tinha normalmente como termos, por um lado, a peregrinação do cristianismo medieval (ou o papel da peregrinação nas sociedades tradicionais) e, por outro lado, a viagem turística típica da modernidade (e.g. Amirou, 1995).

Para MacCannell, como é sobejamente conhecido, o turismo consiste numa prática secular cuja «função» veio substituir a da peregrinação religiosa (MacCannell, 1999 [1976]). É através da prática turística que os «modernos» buscam incessantemente a «autenticidade» desaparecida num mundo alienado e «desencantado» onde apenas subsistem «simulacros e simulação» (Baudrillard, 1981). A vida moderna (no Ocidente) deixou de ser real e autêntica; «a realidade e a autenticidade são percebidas como se estivessem noutra sítio: noutros períodos da história e noutras culturas, em estilos de vida mais simples e mais puros» (MacCannell, 1999:3).

Esforço inglório, esse, o do moderno turista-peregrino em busca da esmeralda perdida da autenticidade, uma vez que os autóctones dos territórios que visita apenas lhe concedem o vislumbre de uma «autenticidade encenada» e de uma cultura «mercadorizada»<sup>1</sup> que inevitavelmente parece originar uma «falsa consciência turística» (MacCannell, 1973, 1999).

Esta linha de pensamento, inaugurada pelo texto seminal de MacCannell, enfatiza a «afinidade estrutural» entre a viagem turística e a peregrinação religiosa, mas, ao contrário do peregrino que presta homenagem a apenas um local tido como sagrado (o «centro do mundo»), o turista não apenas busca a alteridade como homenageia uma multiplicidade de lugares ou atrações. Dá-se uma espécie de processo de sacralização que torna determinados locais «como que sagrados» para o ritual turístico da contemplação. Algo que mais tarde, John Urry viria a chamar *the tourist gaze* (Urry, 1990).

Mas, para além da mobilização inicial do tema que se viria a tornar quase infinito da «autenticidade» no turismo (c.f. Guerreiro & Marques, 2017), o pioneiro Dean MacCannell inaugurou uma conceção da prática turística enquanto nova religião da modernidade e abriu caminho para a sua

interpretação com o auxílio dos conceitos típicos da Sociologia e Antropologia das Religiões.

Foi, porém, Nelson Graburn, na obra fundacional editada por Valene L. Smith *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism*, quem demonstrou que, não sendo evidentemente uma «religião», o turismo pode ser sociologicamente interpretado como uma *sacred journey*; uma «jornada em direção ao sagrado» (Graburn, 1989) numa sociedade cada dia mais secularizada. No registo da literatura de ficção, a ideia que nos dá David Lodge no divertidíssimo romance *Notícias do Paraíso*<sup>2</sup> - citado em epígrafe - é a de que o destino turístico constitui um autêntico paraíso na terra ao qual só acedem os verdadeiros eleitos. No esquema que Graburn recupera do antropólogo estruturalista Edmund Leach (1961), o espaço-tempo turístico é sagrado na medida que se opõe ao espaço-tempo profano do trabalho e do quotidiano (Graburn, 1989).<sup>3</sup>

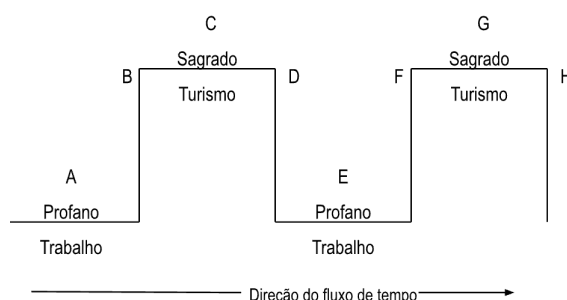


Figura 1: O fluir do tempo turístico.  
Fonte: tradução reproduzida de Graburn (1989, p. 25).

Todavia, a fecundidade da comparação entre a experiência turística moderna e a experiência religiosa não se esgota na ideia do tour como peregrinação laica, ou no resort como paraíso terreno. Talvez mais interessante seja a mobilização da Antropologia dos fenómenos religiosos, em concreto da Antropologia do Ritual, para a compreensão fenomenológica da experiência turística. O próprio MacCannell intuiu isto mesmo, logo na introdução da sua obra:

Não fiquei surpreendido ao descobrir que a teoria existente que melhor se adequava aos meus factos era oriunda de outro campo: o da Antropologia Estrutural. Este tipo de transferência teórica é comum. Também não me surpreendeu que uma teoria elaborada para explicar os fenómenos religiosos primitivos pudesse adaptar-se a um aspeto da vida secular moderna. Não acredito que “lá no fundo” todos os homens sejam essencialmente idênticos. Mas acredito que todas as culturas são compostas pelos mesmos elementos em diferentes combinações. (MacCannell, 1999 [1976]: 1).<sup>4</sup>

<sup>1</sup> Na esteira de Fortuna (1995), uso aqui a expressão “mercadorização da cultura” como tradução para português da expressão anglo-saxónica *commodification of culture*.

<sup>2</sup> Um interessante *fait divers*, desconhecido da maior parte do público, é que o próprio David Lodge, como preparação para a escrita do romance mencionado, frequentou as aulas de Nelson Graburn em Berkeley durante aquele que terá sido o primeiro curso de «Antropologia do Turismo» da história desta subdisciplina.

<sup>3</sup> Esta mesma relação entre o turismo e o sagrado foi também, mais tarde, utilizada por Jafar Jafari durante a construção do seu célebre *tourist model* (Jafari, 1987).

<sup>4</sup> Cit. original: «I was not surprised to discover that the existing theory that best fit my facts originated in another field: Structural Anthropology. This kind of theoretical transfer is commonplace. Nor was I surprised that a theory devised to account for primitive religious phenomena could be adapted to an aspect of modern secular life. I do not believe that all men are essentially the same ‘underneath’. But I do believe that all cultures are composed of the same elements in different combinations.»

Desde o ensaio clássico de Émile Durkheim sobre a origem social do sentimento religioso - *As Formas Elementares da Vida Religiosa*, de 1912 (Durkheim, 1985) - que sabemos que em todas as sociedades humanas existe uma dicotomia simbólica fundamental que se aplica a todas as esferas da vida social, não apenas aos objetos, como aos territórios e ao próprio tempo: trata-se da distinção entre a *esfera profana da vida* e a sua *esfera sagrada*; a dicotomia entre objetos profanos e sagrados que se estende aos espaços profanos e sagrados e aos momentos do tempo profanos e sagrados.

Parece, de resto, ser um dado etnográfico universal o facto de todas as sociedades conhecidas marcarem a passagem do tempo e da vida humana e organizarem o seu calendário em função de determinados momentos especiais (Leach, 1961); momentos estes dotados de uma dimensão sagrada à qual se opõe o tempo profano da produção económica. Ora o tempo sagrado é o tempo do ritual, mas também da festa e das atividades lúdicas (Huizinga, 1999). Trata-se, no fundo, desses períodos de «efervescência» que, segundo Durkheim, originam a veneração do coletivo enquanto tal e que, dessa forma, fazem emergir o sentimento religioso.

Um dos cientistas que mais de perto se ocupou da estrutura do ritual nas sociedades tradicionais foi o antropólogo Victor Turner o qual, após um longo trabalho de campo junto dos N'Dembu do Congo, foi autor de obras como: *The Ritual Process. Structure and Anti-structure* (Turner, 1969); *Dramas, Fields and Metaphors. Symbolic Action in Human Societies* (Turner, 1974); *From Ritual to Theatre. The Human Seriousness of Play* (Turner, 1982).

Na esteira da teorização de Arnold Van Gennep publicada em *Les Rites de Passage* (1960 [1909]), Turner defendeu que, sejam quais forem as suas manifestações particulares, a estrutura do «processo ritual» é fundamentalmente a mesma e universal. No seu dia-a-dia, as pessoas vivem numa estrutura social, económica e política que, em grande medida, constringe e condiciona a sua vida. Mas em todas as sociedades, mesmo nas sociedades modernas ou de modernidade avançada, os indivíduos, os grupos e até coletividades inteiras envolvem-se, periodicamente, em variadas formas de celebrações rituais. Isto é, movem-se entre estados normais, estruturados mundanos e a sua dissolução em situações extraordinárias, ou «anti-estruturais». Esses tempos, por seu turno, evoluem de seguida para situações de reintegração estrutural na forma de uma nova situação social ou de um novo estatuto pessoal. Por outras palavras, há ocasiões em que os indivíduos são levados e até obrigados a sair da estrutura «normal» em que viviam o seu quotidiano e a integrar uma outra.

Este processo de expulsão de uma situação estruturada e de reintegração numa outra é sempre composto por três etapas: 1 - a separação propriamente dita, que pode ser social e simbólica ou espacial; 2 - a entrada num momento durante o qual o indivíduo, *tendo saído do*

*passado, ainda não entrou no futuro*; 3 - a *reintegração* noutra estrutura ou noutra categoria social.

Isto implica a «marginalidade temporal» de quando se sai de uma situação estrutural e se entra noutra. Por um breve período, não se está nem numa nem noutra. Esse estado intermediário ou marginal do processo ritual – que os antropólogos têm vindo a designar por estado *liminar*<sup>5</sup> – é crucial, uma vez que é neste espaço-tempo que se processa o reconhecimento de que existem laços entre os seres humanos que transcendem as suas existências particulares; laços sem os quais toda sociedade humana seria impossível. É nestes momentos liminares que aparece aquilo que Rudolf Otto<sup>6</sup> chamava o «numinoso» (*numinous*).

Por outras palavras, o estado pré-liminar constitui ainda o estado «normal», profano; o tempo das coisas quotidianas, da produção económica, da angústia existencial etc. O estado liminar é, por natureza, sagrado, «anormal» e perigoso. Como escreveu o próprio Turner, «a liminaridade refere-se a qualquer condição exterior às periferias da vida quotidiana»<sup>7</sup> (1974: 47). Isto é, uma situação social que não está diretamente relacionada com as atividades e processos económicos e políticos básicos da existência quotidiana. Este «estado entre estados» foi comparado à invisibilidade, à bissexualidade e até à morte temporária. O estado pós-liminar, por seu turno, é o novo estado normal, o estado das coisas depois da transição pela qual passaram os indivíduos que foram sujeitos ao ritual.

A liminaridade caracteriza-se, portanto, por uma alteração das estruturas sociais estabelecidas, pela inversão das hierarquias, pela incerteza no que diz respeito à tradição e ao futuro. No fundo, a esfera da liminaridade consiste em práticas que só são socialmente aceites em determinados períodos do tempo, e que parecem ignorar, negar ou pôr em causa a legitimidade dos valores, normas, papéis, estatutos que estão institucionalizados na vida quotidiana «normal». A ideia central é a de que essas condições liminares de incerteza, fluidez e maleabilidade são situações em que as experiências subjetivamente vividas transformam cognitiva, emocional e moralmente os seres humanos.

Turner defende que nas sociedades ocidentais, com o incremento do individualismo, os fenómenos de liminaridade ritual declinaram, à medida que ganhavam importância as atividades lúdicas voluntárias. Contudo, a natureza obrigatória do ritual é o que o distingue do carácter voluntário dos fenómenos puramente lúdicos como as festas ou outras celebrações periódicas. Turner cunhou o termo *liminoide* precisamente para designar as práticas típicas das sociedades modernas, que mantêm certas características de liminaridade mas às quais faltam as dimensões puramente rituais, sagradas e de participação compulsiva. Ou seja, muitas atividades lúdicas e festivas típicas das sociedades modernas e industriais, continuam a manter certas características associadas à liminaridade ritual «primitiva», por isso, Turner distingue as «situações liminares lúdicas» (*ludergic liminal situations*) típicas das sociedades tradicionais, daquilo que designa por «situações liminóides

<sup>5</sup> Do latim *limen* que significa, em português, limiar. Em inglês: *threshold*.

<sup>6</sup> Rudolf Otto (1869–1937) foi um eminente teólogo protestante alemão autor da obra *Das Heilige* (O Sagrado) de 1917.

<sup>7</sup> Cit. original: «Liminality refers to any condition outside the peripheries of everyday life.»

érgicas» (*ergic liminoid situations*) típicas das sociedades modernas (Turner, 1974).

Enquanto as experiências liminares são características das sociedades holistas, onde predomina a solidariedade mecânica, as experiências liminóides existem nas sociedades que se fundam na solidariedade orgânica e onde pontificam os processos de individuação. Estas últimas estão normalmente associadas, já não aos ritos do calendário mítico-religioso, mas às atividades lúdicas ou de lazer. Enquanto as práticas propriamente liminares implicam a partilha de significados profundos e uma participação compulsiva da coletividade como um todo, a participação nas atividades liminóides é individual e voluntária; o seu simbolismo possui antes um caráter idiossincrático.

Outra diferença reside no facto de, nas sociedades modernas, os estados liminóides serem produzidos e consumidos pelos indivíduos que têm consciência dessa mesma produção, enquanto nos rituais das sociedades tradicionais os participantes tendem a aceitar que os estados de liminaridade tem uma origem transcendente (como, por exemplo, o transe provocado pelo consumo de substâncias psicoativas ou através da dança ou da dor).

Entre as características que estão associadas às situações liminares e liminóides incluem-se a inversão do mundo social, o recurso a códigos vestimentares específicos, a abstinência sexual e/ou alimentar, os excessos sexuais e alimentares, a que se junta uma outra característica à qual Turner concede uma importância particular: o sentimento de *communitas*.<sup>8</sup> Trata-se de uma das características mais importantes da condição de liminaridade: o aparecimento de ligações espontâneas, diretas, íntimas que os indivíduos experimentam nestas ocasiões; o apagamento ou esbatimento das distinções estatutárias e a emergência de um forte sentimento de «comunhão» entre os participantes, isto é, um estado de igualdade temporária.

Com efeito, o conceito de *communitas*, segundo Turner, refere-se às interações entre pessoas que agem reciprocamente como iguais. Os laços de *communitas* são igualitários, diretos e não racionais. O sentimento de *communitas*, pode aparecer espontaneamente no seio de um grupo, pode ser estabelecido normativamente, mas, na maior parte das vezes, emerge nas situações liminares e liminóides.

Como vimos, segundo o modelo de Turner, todas as sociedades vivem numa tensão dialética entre «estrutura» e «anti-estrutura». A estrutura consiste no conjunto institucionalizado e hierarquizado de posições sociais, políticas e económicas, os papéis e estatutos sociais que constituem a organização social «normal», enquanto a anti-estrutura se refere às experiências extraordinárias da vida social que integram o sentimento de comunidade. Ou seja,

os processos sociais durante os quais os indivíduos se percebem uns aos outros e interagem entre si numa base igualitária e de humanidade partilhada. Liminaridade e *communitas* são, pois, atributos inerentes à «anti-estrutura».

É claro que, mesmo sem lhe terem dado estas designações, antropólogos e historiadores e outros cientistas sociais reconhecem, desde há muito, os comportamentos e atividades liminóides, como os ritos de inversão populares em muitas sociedades: períodos durante os quais as hierarquias sociais são invertidas, as convenções são transgredidas, a conduta moral é suspensa e o corpo e a corporeidade assumem um papel preponderante,

A liminaridade, no ritual ou nas festividades populares de caráter mais secular, inclui danças e cantares, erotismo e orgia, intoxicação e êxtase e a ausência geral de constrangimentos (festa, bebedeira, deboche). Por outras palavras, a manifestação da corporeidade humana na qual a sensualidade e o prazer desempenham uma parte importante. A articulação da corporeidade constitui uma parte importante da dinâmica cultural binária, na qual a ordem profana do quotidiano é momentaneamente posta de lado e substituída pela ordem sagrada ou festiva (Falk, 1994, 58-59).<sup>9</sup>

É claro que nas sociedades tradicionais agrárias ou de caça e recolção, estes ritos de inversão possuíam um caráter mais liminar do que liminóide e desenrolavam-se em datas específicas do calendário, normalmente associadas à divisão aos ciclos agrícolas ou venatórios. As festas marcam normalmente o fim de um ciclo e o início de outro, mas as mascaradas típicas do Carnaval português, durante as quais os homens se vestem de mulheres, as crianças se vestem de adultos e os adultos se vestem de crianças é um bom exemplo das situações de inversão contemporâneas e próximas de nós. O *Mardi Gras* de Nova Orleães, com todo o seu potencial de transgressão sexual, ou as festas de passagem de ano em unidades hoteleiras ou em navios de cruzeiro constituem outros tantos exemplos das modernas práticas de transgressão liminóide.

Na sua construção social da realidade, todas as sociedades reconhecem alguma forma de sagrado, de transcendente, um «para além» com o qual os indivíduos, durante os estados liminares, entram em comunhão com os seus congéneres, mas uma das questões que se colocam desde logo é a de saber qual é a natureza da liminaridade e dos processos rituais em sociedades secularizadas e de modernidade avançada.

Uma das respostas que tem sido apontada por vários autores – e é essa a razão deste texto – é o Turismo.<sup>10</sup> Como

<sup>8</sup> Mantenho a expressão latina *communitas*, pois a tradição das Ciências Sociais em língua portuguesa tem reservado a expressão «comunidade» para nomear o tipo de organização social que Ferdinand de Tönnies designava por *gemeinschaft*.

<sup>9</sup> Cit. original: «The liminality in ritual or the more secular popular festivals includes dancing and singing, eroticism and orgy, intoxication and ecstasy and lack of restraint in general (feasting, drinking, debauchery) – in other words the manifestation of human corporeality in which sensuality and pleasure play a leading part. The articulating of corporeality is a major part of

the dual cultural dynamics in which the profane or every day order is momentarily laid aside and replaced by a sacred or festive order.»

<sup>10</sup> Voluntariamente, não entro aqui na discussão sobre o «fim do turismo», nem sobre o advento do «Pós-turismo», pelo facto de estar convicto de que essas proclamações (como outras idênticas) não são heurísticas e pouco trouxeram como mais-valia de inteligibilidade às manifestações e evoluções contemporâneas do fenómeno. Por motivos idênticos, este texto não participa no debate sobre a emergência de uma Pós-modernidade e ultrapassagem das condições da Modernidade.

o próprio Graburn percebeu logo nos primórdios da Antropologia do Turismo:

As férias que envolvem viagens, isto é, o turismo, [...] constituem o equivalente moderno para as sociedades secularizadas às sequências de festividades anuais e de ciclo de vida das sociedades mais tradicionais e tementes a Deus (Graburn, 1989, p. 22).<sup>11</sup>

Ou seja, essa «peregrinação secular», como lhe chamou MacCannell (1976), que é o turismo moderno, implica as mesmas três etapas do processo ritual que Turner concebeu a partir do texto clássico de Van Gennep. O ato de viajar representaria, para os modernos, um processo simbólico de marcação do tempo e das etapas da vida, dotado de uma estrutura comparável à do processo ritual, através do qual o viajante/turista sai dos locais que lhe são familiares (momento de *separação*) para um destino (espaço-tempo *liminar*), regressando posteriormente ao local de origem (*reintegração*). O que é verdadeiramente interessante é que, segundo esta perspectiva, o espaço-tempo turístico consiste numa espécie de vazio onde ocorre a «morte» simbólica da pessoa que existia antes de viajar; uma suspensão das estruturas (ou de vigência da anti-estrutura), que fornece ao viajante as oportunidades para fazer aquilo que habitualmente não faria ou nem sequer conseguiria fazer no seu espaço-tempo quotidiano devido aos constrangimentos sociais que pesam sobre si. Como exemplifica muito bem Urry, a partir das viagens de lua-de-mel às Cataratas do Niagara,

Ir em Lua-de-Mel para Niagara constituía, de facto, uma peregrinação, uma saída para uma experiência de liminaridade durante a qual os códigos da experiência social normal eram invertidos. Durante a viagem, em particular os recém-casados, encontravam-se historicamente numa zona liminar ideal, na qual as convenções sociais rígidas das famílias burguesas eram aliviadas e onde imperava o anonimato e a liberdade relativamente ao escrutínio social (Urry, 2002, p. 10).<sup>12</sup>

A teoria da liminaridade na experiência turística aponta também para algo que MacCannell deixou de fora no seu livro: o facto de muitas obrigações quotidianas serem suspensas ou mesmo invertidas no contexto turístico. Como escreveu Urry, «em muito do turismo as obrigações quotidianas são suspensas ou invertidas. Há lugar para comportamentos permissivos e lúdicos “não sérios” e é encorajada uma *communitas* ou uma união social sem constrangimentos» (Urry, 2002: 10).<sup>13</sup> No que diz respeito ao turismo dos 3 esses - *sea, sun and sand* - não é necessário ser um grande cientista social para constatar que

«a vida na praia é vivida como se estivesse fora do tempo e do espaço - como uma existência relaxante, paradisíaca ou lúdica - separada da vida normal quer do turista quer da população envolvente» (Cohen, 1996: 56).<sup>14</sup>

É claro que o espaço-tempo turístico é diferente do espaço-tempo ritual e seria abusivo amalgamá-los de um ponto de vista analítico. Por isso, os diversos autores que se têm debruçado sobre a liminaridade em contexto turístico falam, a partir de Turner, em “estados liminóides” ou “quase liminares”. Segundo Selänmi (2003), por exemplo, a viagem turística pode precisamente ser compreendida como uma transição (ou mesmo uma transgressão no sentido de Bataille), *para outro estado do Ser* e, por isso, partilha algumas características dos ritos de passagem. A viagem turística consiste numa quadrupla transição / transgressão: como uma transição espacial de casa para outro local, uma jornada através do espaço; como uma transição temporal para longe da vida quotidiana, do trabalho, de casa, da rotina, do relógio etc., para um lugar sem tempo.

E essas transições espaço-temporais produzem uma *transição mental*. Esta consiste na transgressão das nossas fronteiras de casa e do trabalho, do espaço-tempo quotidianos para o espaço-tempo liminóide que fica fora do espaço e do tempo (*placelessness e timelessness*) onde o nosso “outro latente”<sup>15</sup> pode sair e revelar características que o autocontrolo e o controlo social mantinham ocultos durante o quotidiano. Por último, para Selänmi, a viagem turística constitui uma *transição sensorial e sensual*, pois com as suas características de rito de passagem, estimula os nossos sentidos ao mesmo tempo que nos torna mais desportos para esses estímulos.

Consequentemente, a transição/transgressão espaço-temporal de casa e da vida quotidiana para o contexto turístico, modifica o nosso estado psicológico, a ordem social, mas também o nosso estado corporal ou o modo como percebemos e experienciamos o que nos envolve. Os sentidos são estimulados de forma mais intensa do que na vida quotidiana, por isso, os turistas tornam-se mais sensíveis e mais alerta para as experiências sensoriais porque atravessam essa transição (Selänmi, 2003).

Muitos outros exemplos, podem ser avançados acerca da interpretação das experiências turísticas através dos conceitos de liminaridade e do sentimento de *communitas*. Provavelmente, os que nos vêm imediatamente à mente são as atividades ligadas ao turismo que se prendem com práticas de transgressão da moral quotidiana ou até das leis nacionais ou internacionais. Quer a *acrasia* quer o *desengajamento moral*, isto é a transgressão voluntária e consciente dos preceitos morais instituídos na cultura de origem parece ser intrínseca às várias formas de fruição turística (Fennell, 2015).

<sup>11</sup> Cit. original: «Vacations involving travel, i.e. tourism [...] are the modern equivalent for secular societies to the annual and lifelong sequences of festivals for more traditional God-fearing societies.»

<sup>12</sup> Cit. original: «Going on a honeymoon to Niagara did indeed involve a pilgrimage, stepping out into an experience of liminality in which the codes of normal social experience were reversed. In particular, honeymooners found themselves historically in an ideal liminal zone where the strict social conventions of bourgeois families were relaxed under the exigencies of travel and of relative anonymity and freedom from collective scrutiny.»

<sup>13</sup> Cit. original: «In much tourism, everyday obligations are suspended or inverted. There is a license for permissive and playful ‘non-serious’ behavior and the encouragement of a relatively unconstrained ‘communitas’ or social togetherness.»

<sup>14</sup> Cit. original: «Life at the beach is experienced as out of time and place – as a relaxing, paradisiacal or ludic existence that is separate from the ordinary life both of the tourist and even for the surrounding population.»

<sup>15</sup> Ou, como veremos mais adiante: o *self* autêntico.

A experiência turística é considerada uma experiência liminar no sentido em que se desenrola num espaço-tempo completamente distintos do espaço-tempo do quotidiano da produção e do trabalho; um espaço-tempo diferente e efêmero por natureza, que implica uma atitude mental completamente diferente da do dia-a-dia. Essa situação, associada a um relaxamento ou apagamento do controlo social – uma vez que o ator social se move num contexto social e cultural que não é o seu – autoriza a adesão do sujeito a comportamentos de transgressão e excesso, como a violência, o recurso à prostituição ou a sedução ou aliciamento de menores.

Com efeito, os primeiros estudos realizados no âmbito daquilo que hoje se designa como o paradigma do *sex tourism* - definido como o conjunto de práticas turísticas que têm como principal motivação a atividade sexual tendo esta última, quase sempre, um carácter comercial ou até mesmo ilegal (Oppermann, 1999) – utilizaram abundantemente a teorização da liminaridade. Veja-se, por exemplo o título de uma das obras mais citadas nesta área: *Sex Tourism. Marginal People and Liminalities* (Ryan & Hall, 2001). A reflexão teórica sobre o turismo sexual é absolutamente unânime na utilização do conceito de liminaridade (Marques & Lança, 2016).

A viagem de férias constitui, assim, um espaço-tempo em que parece possível a realização de todas as fantasias e desejos que são negadas aos atores sociais durante o decorrer do quotidiano. As características liminoides do espaço-tempo da viagem turística passam efetivamente pelo distanciamento das preocupações com a rotina do trabalho, por um afrouxamento do controlo social quotidiano, por um consumo inabitual de alimentos, de álcool ou de drogas, por uma «carnavalização» (Dilken & Lausten, 2004) e «encenação» destas práticas o que, se não propicia pelo menos permite, um certo nível de «despersonalização», de transgressão e excesso que podem passar pela busca de novos parceiros sexuais ou por uma maior disponibilidade às atividades de sedução desenvolvidas por terceiros. Comportamentos sexuais diferentes, quer na escolha de parceiros, na frequência ou na atitude podem ser explicados pela natureza liminal do turismo (McKercher & Bauer, 2003:11).

Contudo, os estudos pioneiros na utilização da abordagem processual de Turner na interpretação da experiência turística são, o artigo de Ulla Wagner sobre os comportamentos dos turistas suecos na Gâmbia, sugestivamente intitulado *Out of Time and Place: Mass Tourism and Charter Trips* (Wagner, 1977) e o trabalho de Alma Gottlieb sobre os americanos que, durante as férias e consoante a sua origem social, sonham com ser «reis por um dia» ou «mendigos por um dia» (*queen/king for a day and/or beggar for a day*). Ou seja, a completa inversão da sua posição social quotidiana (Gottlieb, 1982). O próprio Erik Cohen, no seu artigo sobre as praias paradisíacas da Tailândia (Cohen, 1982) utiliza abundantemente este paradigma interpretativo. Como resultado, viajar proporciona

oportunidades para as pessoas fazerem coisas que, normalmente, não fariam em casa, ou que não seriam capazes de fazer em virtude dos constrangimentos sociais da sua existência.

Mas um dos exercícios mais interessantes de interpretação das práticas turísticas à luz da Antropologia do ritual de Turner é o estudo de James Lett acerca dos turistas americanos que alugam iates de cruzeiro nas caraíbas (Lett, 1983). O autor demonstra claramente que, durante as curtas férias que estes americanos passam nas Ilhas Virgens Britânicas, entram num estado liminoide que se objetiva no consumo excessivo de alimentos, bebidas alcoólicas e sexo e num sentimento de *communitas*, que se exprime na adoção de indumentárias idênticas, de comportamentos padronizados e num sentimento de grande igualdade e de completa ausência de hierarquias sociais (Lett, 1983).

A noção de *communitas* ajuda, precisamente a compreender porque é que a espontaneidade, o sentimento de união e a participação em manifestações coletivas ocorrem com mais frequência durante a viagem turística do que em casa. Ou, na formulação de Fortuna: «Ainda que só temporariamente, [o turismo] alimenta um imaginário de democratização das condições sociais de vida, assente no valor simbólico do consumo acessível e massificado de imagens, valores e bens não materiais de outras culturas e sociedades» (Fortuna, 1995: 16).

Mas não são apenas o tempo turístico que pode ser interpretado à luz dos conceitos gémeos de liminaridade e de *communitas*, também a interpretação da apropriação humana do espaço pode beneficiar da teoria da liminaridade. Como Preston-White demonstra, a praia e a sua fruição turística, como fronteira entre a Natureza e a Cultura constitui um espaço liminar por excelência:

A praia é um lugar dotado de uma forte magia. Enquanto espaço material constitui uma zona de fronteira na qual uma sugestão de forças celestiais é sussurrada pelo fluxo e refluxo das marés, um espaço que não é terra nem mar, uma zona de incerteza onde ecoa o mar sempre a mudar, um cenário que ora é calmo, tranquilo e reconfortante, ora agitado, indisciplinado e assustador. Enquanto espaço cultural, é uma fronteira que permite tanto a diferença quanto o hibridismo, ao mesmo tempo que facilita as sensações táteis da terra e do mar e revela para muitos, mas não todos, espaços de elevada sensibilidade que são temporários, pessoais e evasivos – em suma, espaços liminares (Preston-White, 2004: 349).<sup>16</sup>

Ou como Pritchard e Morgan demonstram para o espaço do hotel:

Entrar num hotel é atravessar uma fronteira imaginária para um espaço liminar, ao mesmo tempo estranho e familiar, que oferece liberdade a uns e constrangimento, risco e inquietação a outros. Enquanto potenciais espaços de liminaridade e transgressão, os hotéis permitem presenças e práticas fora das normas

<sup>16</sup> Cit. Original: The beach is a place of a strong magic. As a material space, it is a boundary zone where the hint of celestial forces is whispered by the ebb and flow of tides, a space that is neither land nor sea, a zone of uncertainty that resonates with the sound of the ever-changing sea, a setting that is, by turns,

calm, tranquil, and soothing or agitated, unruly, and frightening. As a cultural space, it is a borderland that allows both difference and hybridity while facilitating the tactile tug of land or sea to reveal for many, but not all, spaces of heightened sensibilities that are temporary, personal and elusive – in short, liminal spaces.

dominantes (impostas) da espacialização social, podendo tornar-se locais de “resistência corporal” onde as regras e as convenções em vigor podem ser suspensas e onde as identidades pessoais podem, ainda que temporariamente, resistir e reformular-se. Nestes espaços que parecem estar “fora do tempo” e “fora do espaço”, vimos também como as obrigações e convenções quotidianas podem parecer “fora da mente” (Pritchard & Morgan, 2006: 769-770).<sup>17</sup>

Mais recentemente Lança, Marques e Pinto mostraram como a maior concentração motard da Europa constitui um espaço-tempo liminoide que induz a atitudes de grande desinibição e até transgressão (Lança, Marques & Pinto, 2017). Numa investigação empírica posterior sobre expressões de intimidade e romance num contexto turístico de «Sol e Mar», Lança e Marques (2019) concluíram que existe uma relação forte entre as férias e a disponibilidade para os envoltórios românticos e sexuais, assim como confirmaram o potencial erótico e sexual do contexto turístico, *mesmo no interior da sexualidade conjugal*. Esta investigação veio sublinhar que as situações de liminaridade vividas no contexto turístico desempenham um papel importante na sexualidade humana, mesmo fora do paradigma do tão anatemizado «turismo sexual» (Marques & Lança, 2018).

É claro que esta abordagem ao turismo pode ser criticada, por exemplo, por deixar de fora os tipos de turismo não lúdico e atualmente há muitos autores que insistem na necessidade de estas noções de liminaridade, de inversão e de *communitas* serem algo vagas e necessitem de uma definição mais precisa e de uma investigação mais aturada. Urry (2002) defendeu, desde logo, que é imprescindível que se estude os padrões sociais e culturais no dia-a-dia dos turistas de modo a perceber-se o que é efetivamente invertido e de que modo funciona a experiência de liminaridade, pois a inversão do quotidiano depende do que é esse mesmo quotidiano (i.e. acaba por depender, entre outros fatores, da pertença de classe). Um turista da classe média pode querer ser pedinte por um dia enquanto uma turista das classes populares querera ser «rainha por um dia»... (Urry, 2002).

Tabela 1: Teorias e Conceitos Mobilizados na Secção 1.

Teorias e conceitos mobilizados na secção 1	Referências
O turismo como peregrinação secular	MacCannell, 1999 [1ª Ed. 1976]
O turismo como sacred journey	Graburn, 1989
Liminaridade ritual e communitas	Turner, 1969, 1974, 1982
Liminaridade turística	Wagner, 1977; Cohen, 1982; Lett, 1983; Lança, Marques & Pinto, 2017
Liminaridade e turismo sexual	Ryan e Hall, 2001; McKerchr & Bauer, 2003
O turismo como transgressão	Selänniemi 2003
Acrasia	Fennell, 2015
Desengajamento m	Jorgensen & Reichenberger
A praia como espaço limiar	Preston-White, 2004
O hotel como espaço limiar	Pritchard & Morgan, 2006

Fonte: elaboração própria.

## 2 UM ESTADO «ESPECIAL» DO SER

A interpretação do turismo enquanto promotor de experiências não ordinárias, fora do espaço e do tempo do quotidiano, enquanto momento de suspensão das pressões do controlo social e do desempenho constrangedor de papéis sociais, enquanto gerador de um sentimento de comunhão profunda com os outros seres humanos e de dissolução momentânea das hierarquias sociais; a ideia segundo a qual as experiências turísticas permitem que os sujeitos se possam ver a si próprios de uma forma diferente daquela em que se vêm todos os dias, conduz-nos a um outro quadro teórico e conceptual, intimamente ligado a este, e que tem vindo a ser desenvolvido no sentido de conferir uma mais valia de inteligibilidade ao fenómeno turístico. Trata-se da mobilização do conceito filosófico de *autenticidade existencial* e das correntes fenomenológica e existencialista que lhe estão subjacentes.

A utilização consistente do conceito de autenticidade existencial nos estudos turísticos foi inaugurada, na viragem do século, por Ning Wang, no artigo *Rethinking Authenticity in Tourism Experience* (1999) originalmente publicado nos *Annals of Tourism Research* e posteriormente desenvolvida no seu livro *Tourism and Modernity: A Sociological Analysis* (2000).

O artigo fundacional de Wang teve como objetivo assumido «repensar os significados de «autenticidade» nos estudos turísticos nos termos em que a filosofia usou a ideia» (1999: 350). Esta utilização do termo autenticidade é, então, suportada nas correntes filosóficas fenomenológica e existencialista emblematizadas nos nomes de Soren Kierkegaard, Jean-Paul Sartre, Albert Camus e, principalmente, de Martin Heidegger.

Depois de analisar criticamente as aceções «objetivista» e «construtivista» do usado e abusado conceito de «autenticidade» nos estudos sobre o turismo, Wang defende que o único modo heurístico para usar a palavra no contexto do turismo é na sua vertente «existencial».

Com efeito, o uso do conceito de autenticidade nos estudos turísticos remonta, como vimos, ao texto de MacCannell (1999 [1976]) e remete para o seu sentido «objetivo»; ou seja, para a «veracidade» ou «genuinidade» de objetos ou eventos. Refere-se, portanto, à autenticidade dos artefactos, mas também à das cerimónias e dos modos de vida das culturas visitadas, enquanto motivação principal para a viagem turística moderna. Contudo, talvez seja importante distinguir aqui a *autenticidade dos objetos turísticos (toured objects) da autenticidade das experiências turísticas* pois na conceção de MacCannell, o contacto com objetos e eventos autênticos produziria necessariamente experiências turísticas autênticas. Para este autor como também já vimos, num contexto de mercadorização da cultura como parecem ser todos os contextos turísticos, aquilo a que os turistas conseguem efetivamente aceder é apenas às

<sup>17</sup> To enter a hotel is to cross an imagined threshold into a liminal place which is strange yet familiar, which offers freedom for some but constraint, risk and unease for others. As potentially liminal and transgressive spaces, they offer the spatial presence and practice outside of the norms of the prevailing (enforced) social spatialisation and can become sites of

‘resistant bodies’ where normal rules and conventions are able to be suspended and where personal identities can be resisted and reshaped—if only temporarily. In such spaces, which seem ‘out-of-time’ and ‘out-of-place’, we have also seen how perhaps everyday obligations and conventions seem ‘out-of-mind’.

«regiões de palco» onde se representa uma «autenticidade encenada» pelos autóctones (MacCannel, 1999).

As críticas a esta utilização «museológica» da autenticidade não se fizeram esperar. Tudo, na cultura, é inventado, reproduzido, reorganizado e encenado; nada existe de estático e de original que se possa dizer «autêntico». A «encenação turística» não é, afinal, assim tão diferente da encenação cultural *tout court* (Urry, 2002:9). Uma das propostas de ultrapassagem daquela conceção «objetivista» veio, entre outros, de Erik Cohen para quem a autenticidade constitui uma *propriedade emergente* da experiência turística.

Uma vez que não é um dado a priori, mas algo negociável e dinâmico: a autenticidade pode *emergir* aos olhos dos turistas durante as suas viagens. Segundo esta perspetiva, é autêntica qualquer experiência que os turistas vivam *subjetivamente enquanto tal*, mesmo quando postos em contacto com objetos ou eventos «inautênticos». Por outro lado, um produto ou um traço cultural que inicialmente todos admitiam ser completamente inventado pode, com o passar do tempo, vir a ser reconhecido como autêntico, até por especialistas (Cohen, 1988).

Ao emergir da experiência turística, a autenticidade não seria mais do que uma construção social. Há inclusive uma categoria de viajantes que se delicia com a encenação e «inautenticidade» de certas experiências turísticas e que retira prazer da multiplicidade dos jogos turísticos; eles sabem que não há experiências turísticas «autênticas», no sentido objetivo, o que existe são jogos que podem ser jogados ou papéis que podem ser desempenhados.

Operou-se então uma deslocação da autenticidade «objetiva» para a ideia de uma autenticidade construída pelo sujeito e que pode emergir em certas situações turísticas; uma visão que sublinha a percepção subjetiva dos próprios turistas relativamente àquilo que é ou não autêntico, que é ou não encenado.

Mas também esta utilização construtivista não está isenta de problemas e um dos problemas, como Cohen admitiu, prende-se com a origem filosófica do conceito: «a dificuldade nesta utilização do conceito de “autenticidade” nos estudos turísticos, reside no facto de se tratar de um conceito filosófico que foi acriticamente introduzido na análise sociológica» (Cohen, 1988: 374).<sup>18</sup>

Steiner e Reisinger foram ainda mais longe quando afirmaram que «se Heidegger estiver certo, tudo aquilo que os turistas experienciam, Aquilo que veem, tocam, ouvem ou cheiram é real e autêntico em si mesmo» (2006b: 80).<sup>19</sup> E é

precisamente a herança filosófica heideggeriana que é recuperada com o conceito de *autenticidade existencial*. Com efeito, este conceito não é proveniente da investigação em turismo, faz parte de uma longa tradição filosófica cuja preocupação é o que significa *ser humano*, o que significa *ser feliz* e o que significa *ser si próprio* (Steiner e Reisinger 2005).

Neste ponto, é preciso que se afirme desde logo e claramente que a palavra «autenticidade» presente no conceito de autenticidade existencial nada tem a ver com a autenticidade - objetiva, construída ou emergente - dos objetos turísticos ou das experiências turísticas. A autenticidade existencial refere-se, antes de mais, a um *estado especial do Ser* – que pode ser ativado pelas atividades e experiências turísticas subjetivas (ou intersubjetivas) – e durante as quais os indivíduos são *verdadeiros para consigo próprios* e para com os seus *valores e convicções* (Wang, 1999). Como explica o autor:

A experiência existencial envolve sentimentos individuais ou intersubjetivos que são ativados pelo processo liminar das atividades turísticas. Nesta experiência de liminaridade, os indivíduos sentem que são muito mais autênticos e que se exprimem mais livremente do que na vida quotidiana, não porque achem que os objetos turísticos são autênticos mas porque estão implicados em atividades extraordinárias, livres dos constrangimentos do dia-a-dia (Wang, 1999: 352).<sup>20</sup>

A viagem turística fornece aos indivíduos a possibilidade de saírem, ainda que temporariamente, dos constrangimentos, da alienação inerentes à vida moderna, oferecendo-lhes um espaço-tempo onde a obrigatoriedade de desempenhar papéis com os quais muitas vezes não se identificam é suspensa. Um estado que se opõe à «inautenticidade» e à «desintegração da sinceridade»<sup>21</sup> (Berger, 1973) que caracteriza condição moderna.

O facto de os destinos turísticos constituírem espaços liminares onde as rotinas, a ordem social e as normas do quotidiano são temporariamente suspensas, faz com que estes ambientes sejam propícios à adoção do *self*<sup>22</sup> verdadeiramente autêntico. Para Wang, «esse *self* (...) só é experienciado numa “zona liminar” onde os indivíduos se distanciam dos constrangimentos sociais (prescrições, obrigações, ética laboral etc) e onde se invertem, suspendem e alteram as ordens e as normas rotineiras» (1999: 361).<sup>23</sup>

sinceridade pressupõe uma relação simétrica entre o *self* e a sociedade, a autenticidade implica uma oposição fundamental entre eles» (1973: 82). (Cit. Original: The idea of authenticity emerges from the disintegration of sincerity. (...) One may almost say that authenticity emerges as the opposite of sincerity. Now the “true self” is no longer placed on the stage of public roles, but on the contrary is made manifest only in resistance to these roles. In other words, while sincerity presupposes a symmetrical relation between self and society, authenticity implies a fundamental opposition between them).

<sup>22</sup> Mantenho a expressão *self*, há muito estabilizada no pensamento sociológico, no sentido de «Eu reflexivo», uma vez que não está muito afastada do «Sujeito consciente de si próprio» da tradição filosófica.

<sup>23</sup> Cit. original: such a self is only achieved (...) within a ‘liminal zone’, where one keeps a distance from social constraints (prescriptions, obligations, work ethic etc.) and inverts, suspends or alters routine order and norms.

<sup>18</sup> Cit. original: The difficulty with this use of the concept of ‘authenticity’ in tourism studies is that it is a philosophical concept which has been uncritically introduced into the sociological analysis.

<sup>19</sup> Cit. original: if Heidegger is right, everything that tourists experience, what they see, touch, hear, smell and taste is real and authentic in itself»

<sup>20</sup> Cit. original: Existential experience involves personal or intersubjective feelings activated by the liminal process of tourist activities. In such a liminal experience, people feel they themselves are much more authentic and more freely self-expressed than in everyday life, not because they find the toured objects are authentic but simply because they are engaging in nonordinary activities, free from the constraints of their daily lives.

<sup>21</sup> Segundo Peter Berger, «a ideia de autenticidade emerge da desintegração da sinceridade. [...] Até se pode dizer que a autenticidade aparece como o oposto da sinceridade. Agora, o “verdadeiro *self*” já não é colocado no palco dos papéis públicos, pelo contrário, manifesta-se através da resistência a esses papéis. Por outras palavras, enquanto a



O próprio Graburn, quando escreveu que, nas férias, a vida é mais real do que a vida real e que são as férias que fazem com que a vida valha a pena ser vivida, intuiu, *avant la lettre*, o potencial do turismo como indutor desse estado especial do Ser, ou seja, de um estado existencialmente mais autêntico:

O período de marginalidade [...] é outra vida que, apesar de extraordinária, talvez seja mais “real” do que a “vida real”. Os tempos de férias e o turismo são descritos desta forma: “eu estava mesmo a viver, estava mesmo a vivê-lo... nunca me senti tão vivo”, em contraste com a rotina quotidiana que frequentemente é apelidada de “vida de cão”, uma vez que se pensa que os cães não vão de férias. Assim, são as férias (dias santos, sagrados que agora são celebrados com viagens para longe de casa) que fazem com que “a vida valha a pena ser vivida”, como se a vida normal não fosse vida ou, pelo menos, não valesse a pena ser vivida. (Graburn, 1989: 26).<sup>24</sup>

Na proposta de Wang, a busca pela autenticidade do *self* é movida simultaneamente por ideais *nostálgicos e românticos*. Essa busca é nostálgica porque idealiza modos de vida nos quais supostamente as pessoas são mais livres, mais inocentes, mais puras e mais verdadeiras para consigo próprias do que na sua vida quotidiana. É suposto esses modos de vida terem existido algures no passado ou na infância e, por isso, os indivíduos querem revivê-los, ainda que temporária e simbolicamente sob a forma do turismo. O ideal de autenticidade também é romântico porque acentua o caráter supostamente «natural» dos sentimentos e sensações turísticas por oposição aos constrangimentos da «jaula de ferro» da racionalidade moderna.

Consequentemente, por contraste com os papéis desempenhados no quotidiano, o papel turístico (*tourist role*) está ligado a estes ideais da autenticidade. Nesta perspetiva, o turismo pode ser visto como um estilo de vida mais simples, mais livre, mais espontâneo, mais autêntico, mais romântico e menos sério e menos utilitarista. Um estilo de vida que, embora temporário, permite às pessoas transcenderem aquilo que são no dia a dia (Wang, 1999: 360), tornando-se, por isso, mais verdadeiras para consigo próprias e para com os outros.

Na perspetiva inaugurada por Wang, a autenticidade existencial desdobra-se em duas dimensões fundamentais: a dimensão intrapessoal e a dimensão interpessoal. A autenticidade existencial intrapessoal inclui, por um lado, as «sensações corporais» (*bodily feelings*) e, por outro, a «produção de si» (*self making*). Trata-se, não apenas de apontar que o relaxamento, o rejuvenescimento, a satisfação

dos desejos eróticos e sexuais que fazem parte da experiência turística constituem fontes de libertação do *self* autêntico, mas também, sublinhar o facto de o poder, o controlo e a vigilância (no sentido de Foucault) que são quotidianamente exercidos sobre os corpos nos contextos de trabalho serem fontes de uma «inautenticidade existencial» temporariamente aliviada pela viagem turística. É importante mencionar aqui que várias reflexões recentes têm vindo criticar a insistência teórica na visualidade e, simultaneamente, a sublinhar a centralidade do corpo, da corporeidade e da sensorialidade na experiência turística. Veijola e Jokinen, por exemplo (1994) vieram denunciar o olhar turístico desencarnado (*desembodied gaze*) e a ausência do corpo na sociologia do turismo,<sup>25</sup> enquanto Agapito et al, por exemplo, têm insistido nas dimensões eminentemente sensoriais das experiências turísticas (c.f. Agapito, Mendes & Valle, 2013).

A segunda dimensão da autenticidade existencial intrapessoal consiste na *produção de si*. Esta dimensão prende-se com o facto de, ao contrário do que acontece no dia-a-dia da esfera produtiva, em que pontuam a rotina, a repetição e a previsibilidade, em contexto turístico os indivíduos poderem, em certo grau, prescindir do recurso aos aparatos dramaturgicos goffmanianos de apresentação do *self* e agir com mais espontaneidade, improvisado e em consonância com o seu *self* autêntico.

No que diz respeito à dimensão da autenticidade interpessoal, Wang destaca dois grandes aspetos: os laços familiares e o sentimento de *communitas*. O turismo em família constitui um exemplo típico da experiência da autenticidade na dimensão interpessoal: se as relações familiares constituem o núcleo da esfera privada onde os indivíduos experienciam os seus verdadeiros selves, então, o turismo em família constitui o auge e uma experiência extrema dessas relações existencialmente autênticas.

O turismo recreativo (*recreational tourism*), não apenas proporciona experiências de prazer através da contemplação e da fruição de eventos e ambientes naturais e culturais, como permite experienciar laços sociais e emocionais intensamente autênticos bem como a verdadeira intimidade na relação familiar. A *communitas* turística constitui, como já vimos, o aparecimento de ligações espontâneas, diretas, íntimas entre os indivíduos, o esbatimento das distinções estatutárias e das desigualdades socioeconómicas e a emergência de uma igualdade temporária e de uma ligação transcendente e autêntica com a humanidade como um todo; sentimento este que é catalisado pelas experiências turísticas vividas em coletivo.

Como continua Wang, «o prazer do turismo não consiste apenas em ver coisas exóticas, mas também em

<sup>24</sup> Cit. Original: The period of marginality [...], is another life, which, though extraordinary, is perhaps more “real” than “real life.” Vacation times and tourism are described as “I was really living, living it up... I’ve never felt so alive,” in contrast to the daily humdrum often termed a “dog’s life,” since dogs are not thought to “vacation”. Thus holidays (holy, sacred days now celebrated by travelling away from home) are what makes “life worth living” as though ordinary life is not life or at least not the kind of life worth living.  
<sup>25</sup> Naquele que é um dos mais divertidos artigos científicos de todos os tempos, Veijola e Jokinen (1994) fccionam uma discussão entre elas próprias, John Urry e Chris Rojek acerca da ausência do corpo na

sociologia do turismo. As duas autoras imaginam uma situação em que estão na praia a apanhar banhos de Sol em *topless*, quando são abruptamente interrompidas por um homem completamente nu, cuja bola de voleibol aterra perto delas. Enquanto isso, Urry e Rojek são descritos como estando afastados deste episódio, instalados em espreguiçadeiras, à sombra, a «desconstruir» calmamente as imagens de postais ilustrados sobre a beira-mar. O argumento central é, evidentemente, o de que o *tourist gaze* não é independente dos corpos (sexuados) dos turistas (Veijola & Jokinen, 1994: 149).

partilhar e comunicar este prazer com outros turistas que estão em conjunto a ver as mesmas coisas» (1999: 365).<sup>26</sup>

Poucos anos depois da publicação do artigo de Ning Wang, Steiner e Reisinger (2005) levaram ainda mais longe a defesa da utilização do conceito de autenticidade existencial nos estudos sobre o turismo, tendo aprofundado significativamente a herança filosófica de Heidegger neste campo.

Para Heidegger, o homem é «lançado no mundo» para cumprir a sua existência, a qual se projeta nas suas ações. Por isso, existir é Ser aí – *Da sein* – é projetar-se continuamente no mundo e fazer da vida um projeto. Nesse sentido, o ser humano é um «ente» inacabado, um ser em estado de permanente carência que procura gerir a angústia que essa condição lhe provoca: um dos modos de gestão dessa angústia é viver inautenticamente através da representação de papéis sociais. Ser existencialmente autêntico é existir em conformidade com a sua própria natureza ou «essência», a qual transcende a representação daqueles papéis socialmente aceites. Para serem autênticos, no sentido que Heidegger dá à palavra, os indivíduos têm de se tornar naquilo que querem verdadeiramente ser independentemente do que os constrangimentos e as convenções sociais fizeram deles. Neste sentido, o turismo é uma atividade que cria oportunidades para os indivíduos explorarem o que significa verdadeiramente ser humano. Para Steiner e Reisinger, por mais herético que este enunciado possa parecer, o modelo heideggeriano pode, inclusive, vir a ser útil no *marketing* turístico e no planeamento de atividades turísticas (2006:300).

Contudo, para se compreender completamente as implicações existenciais das experiências turísticas, é necessário introduzir o conceito de angústia<sup>27</sup>. A angústia existencial é a resposta natural à falta de sentido da vida, à liberdade absoluta do ser humano e ao horizonte da morte, o que faz com que os indivíduos procurem conforto na rotina quotidiana e na ordem social que lhes fornecem uma tranquilidade perpétua (Heidegger, 2005). Mas o sentimento de angústia existencial pode, precisamente, desencadear o desejo quase imperativo de autenticidade existencial (Kirillova & Letho, 2015).

Motivada pela angústia, a demanda pela autenticidade existencial ocorre quando os indivíduos se confrontam com a verdade acerca da natureza caótica da sua existência, com a falta de sentido da vida e com a inevitabilidade da morte. É nestas circunstâncias que os sujeitos conseguem autodescobrir-se, ao ficarem sintonizados com as possibilidades da vida, com a sua absoluta liberdade e com o seu verdadeiro *self* (Brown, 2013).

Num artigo relativamente recente sobre a «conceptualização existencial do ciclo das férias», Kirillova e Letho (2015), defendem que a angústia existencial funciona como um mecanismo de alarme para a inautenticidade da vida quotidiana e que, durante as férias, os turistas se tornam

mais conscientes das verdadeiras questões existenciais como a inexorabilidade da morte, a absoluta liberdade das suas escolhas e a imperativa necessidade de conferirem sentido à sua existência (Kirillova & Letho, 2015:116).

Para as mesmas autoras, a angústia e a autenticidade existencial são processos multidimensionais e dinâmicos que, consoante as circunstâncias, variam inversamente em intensidade: um aumento da autenticidade existencial faz diminuir a angústia existencial e vice-versa.

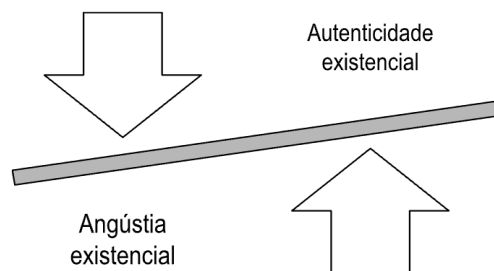


Figura 2: Relação entre a autenticidade existencial e a ansiedade existencial durante as férias. Fonte: tradução reproduzida de Kirillova & Letho (2015, p. 116).

O ciclo das férias (*vacation cycle*) comporta cinco fases diretamente articuladas com essa dinâmica: pré-férias, ascensão, pico (*peak*), descida e pós-férias. A primeira, é a fase *pré-férias* durante a qual se regista um alto nível de angústia existencial e um baixo nível de autenticidade existencial. Os indivíduos só não se apercebem dos elevados níveis de angústia porque recorrem às «anestésias» da rotina e do desempenho de papéis instituídos que, entre outros modos de existência inautêntica, os tranquilizam e pacificam. Embora a sensação de bem-estar possa começar logo na antecipação psicológica das férias, é durante a viagem para o destino turístico - ou ascensão - que a angústia existencial começa a diminuir significativamente e a autenticidade a tomar o seu lugar.

As sensações de emaravilhamento ou de espanto (*awe*) que ocorrem durante as experiências turísticas, aumentam a capacidade de autorreflexão e de autoconsciência encorajando os indivíduos a descobrirem e a apreciarem o seu *self* autêntico como menos alienado e mais ligado ao sentido mais amplo do Ser.

Tendo desenvolvido um conjunto de crenças acerca de quem são e de como funciona o mundo, durante as viagens, os turistas podem encontrar um mundo que modifica essas *assumções*, forçando-os a reavaliar quais são, de facto, as suas crenças individuais e quais são as que derivam da sua cultura. A exposição a uma nova cultura, frequentemente estrangeira, permite aos turistas libertarem-se do conformismo do dia-a-dia e alcançarem um melhor entendimento dos seus valores e assim reconectarem-se com os seus selves autênticos. (Kirillova & Letho, 2015: 118).<sup>28</sup>

<sup>26</sup> Cit. Original: the pleasure of tourism exists not only in seeing exotic things but also in sharing and communicating this pleasure with other tourists who are seeing the same sights together.

<sup>27</sup> Seguindo a tradição filosófica portuguesa, a expressão alemã *angst* é aqui traduzida por «angústia». A tradição anglo-saxónica tende a traduzi-la por *anxiety*.

<sup>28</sup> Cit. Original: Having developed a set of beliefs about who they are and how the world works, during travel, vacationers may encounter a world

A terceira fase é a fase do pico (*peak*) da experiência turística. É o período durante o qual os turistas experimentam o máximo de autenticidade existencial e o mínimo de angústia. O sentimento de *communitas*, o espírito de igualdade e de comunhão com a humanidade são também indicadores de autenticidade existencial. O choque cultural que se dá em certas viagens pode mesmo constituir uma experiência de quase morte (à semelhança do ritual das sociedades tradicionais) durante a qual os sujeitos passam a ver a vida com outros olhos e a dar-lhe outro valor.

Durante o regresso a casa - ou *descida* - a diminuição na autenticidade existencial é acompanhada por um

aumento na angústia. Todavia, o viajante pode não regressar o mesmo. Tendo sido confrontado, em diferentes circunstâncias e a diversos níveis, com os dilemas da existência, pode mesmo ter ganhado uma consciência mais profunda da sua individualidade e do sentido que quer dar à sua vida. Esta orientação para a autenticidade existencial que é propiciada pela viagem turística permite aos indivíduos experienciarem o mundo de uma forma mais intensa do que antes das férias; as incongruências entre os valores pessoais e os valores sociais aparecem, então, de uma forma mais nítida (Kirillova & Letho, 2015: 120).

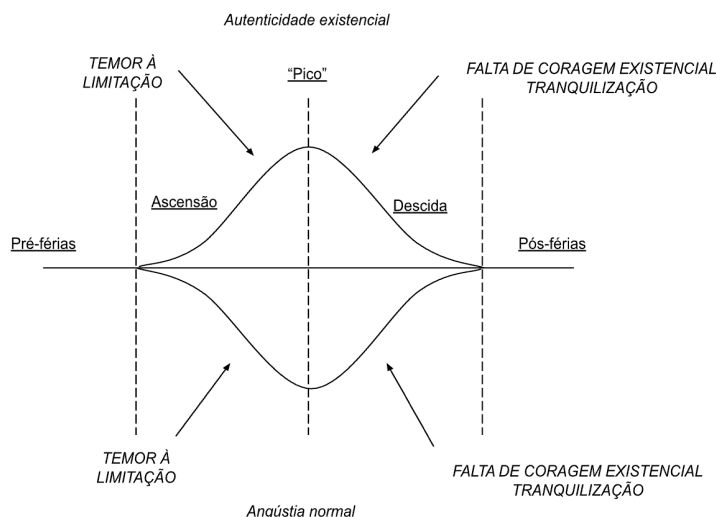


Figura 3: Fatores que influenciam a autenticidade existencial e a angústia existencial durante as férias.  
Fonte: tradução reproduzida de Kirillova & Letho (2015, p. 118).

Depois das férias, a angústia existencial e a autenticidade existencial tendem a voltar ao estado em que se encontravam inicialmente, o que não quer dizer que o turista não tenha passado por um processo de transformação. Alguns turistas concluem mesmo que os seus valores pessoais estão mais alinhados com a vida no destino de férias do que com o seu quotidiano doméstico, aventurando-se em processos de migração existencial (Kirillova & Letho, 2015:119).

Aliás, toda a abundante literatura acerca do «turismo residencial» e das suas declinações - *lifestyle migrations, lifestyle mobilities, retirement migrations, neo-nomadism* etc - tem vindo, precisamente, a demonstrar que esses processos de mobilidade mais ou menos permanente são, frequentemente, catalisados por viagens turísticas anteriores (Hall & Müller, 2004; O'Reilly & Benson, 2009; Benson & O'Reilly, 2009; Santos & Esperança, 2011; Cohen, Duncan & Thulemark, 2015).

Durante a última década, o modelo da autenticidade existencial tem vindo a ser empiricamente testado. Uma das primeiras confirmações empíricas de que as experiências turísticas induzem a autenticidade existencial é fornecida por Kim e Jamal na sua investigação sobre os festivais históricos:

Os participantes [dos festivais medievais] estão livres dos constrangimentos da vida quotidiana e podem comportar-se de forma não regulada pelas normas que a estruturam. Essa libertação permite-lhes desenvolverem novos mundos sociais e novas experiências que os conduzem ao sentido do self autêntico em vez de ficarem perdidos nos papéis sociais. [...] Este estado do ser, designado por "autenticidade existencial", funda-se nas experiências liminares dos festivais» (Kim & Jamal, 2007: 184).

Da mesma forma, a investigação de Rickly-Boyd junto de viajantes praticantes de escalada (*mountain climbers*) sugere que as sensações corpóreas, a produção de si e a *liminaridade* são elementos que contribuem para a autenticidade existencial dos praticantes desta modalidade na sua dimensão intrapessoal, enquanto o estado de *communitas* gerado por aquele tipo de viagem contribui para a autenticidade interpessoal dos participantes (Rickly-Boyd, 2012). Também as investigações empíricas sobre o turismo cultural e o consumo do património têm demonstrado que muitos turistas olham para o passado e para os seus testemunhos como forma de se conhecerem a si próprios de reforçarem a sua identidade pessoal e social.

that challenges these assumptions, forcing individuals to re-evaluate which beliefs are in fact their own and which are culture derived. Exposures to a new, often foreign culture, allows tourists to break free from

the conformities of everyday life to achieve a better understanding of their true values and thus to reconnect with their authentic selves.

A modalidade mais recente do Turismo Cultural - o Turismo Criativo (Raymond & Richards, 2000) – preconiza a vivência de experiências de aprendizagem em completa imersão nas comunidades locais, que estimulam o potencial criativo e a autenticidade existencial dos participantes (Marques et al., 2019; Cabeça et al., 2019a, 2019b). Muitos viajantes desejam, atualmente, sentir-se conectados com os seus destinos e procuram desenvolver laços emocionais com os lugares que visitam e com as pessoas que aí vivem; procuram participar na vida cultural das comunidades e uma das maneiras que têm para o fazer é através da participação em experiências características do destino (Ilincic, 2013).

As experiências de turismo criativo colocam a ênfase na partilha cultural e consistem numa troca efetiva de experiências, conhecimentos e competências entre os viajantes e os autóctones. Envolvem os turistas em eventos de cocriação que implicam a sua participação ativa nas comunidades locais, criando assim, laços entre os diversos participantes. O turismo criativo liga as pessoas aos lugares promovendo a imersão do turista na cultura local (Cabeça, et al 2019a). Os aspetos chave desta forma de experiência turística são precisamente a participação ativa, a expressão da criatividade, as aprendizagens coletivas e o envolvimento da comunidade (Cabeça et al, 2019b). Como sintetizaram Clokes e Perkins: «o turismo exige novas metáforas, baseadas mais no ser, fazer tocar do que apenas no “ver”» (1998:189).<sup>29</sup>

O estado de autenticidade existencial tem mesmo vindo a ser comparado ao estado de *flow* teorizado por Csikszentmihalyi, pois ambos implicam a participação espontânea e voluntária em atividades altamente significativas e autotélicas como as que têm lugar, por exemplo, no contexto das experiências de Turismo Criativo. A expressão *flow*, (experiência ótima) na perspetiva inaugurada por este autor, designa um estado mental em que o indivíduo está tão completamente emerso nas atividades que está a executar ou nas experiências que está a viver que nada mais lhe importa. Caracteriza-se por um sentimento de total absorção que é indutor de um bem-estar extremo (Csikszentmihalyi, 1990:4).

Aliás, a teoria e empiria que têm vindo a ser desenvolvidas em torno dos conceitos de economia da experiência (Pine & Gilmore, 1999) e de cocriação das experiências turísticas parecem ir no mesmo sentido. Atualmente, mais do que serviços ou produtos, os consumidores procuram experiências significativas conducentes ao seu enriquecimento cultural e à sua realização pessoal. Longe de se contentarem em ser meros espetadores, os turistas são, cada vez mais, protagonistas ativos da produção das suas próprias experiências (c.f. Campos et al., 2015). Muitas dessas experiências totais (ou holísticas) são o resultado de processos de cocriação durante as quais os consumidores «exigem» ser transformados cultural ou existencialmente.

O conceito de autenticidade existencial refere-se, como vimos, às experiências turísticas que conduzem a estados emocionais espontâneos, intensos e «verdadeiros», mas também ao facto de esses estados poderem atuar como

catalisadores de uma «mudança existencial» permanente (Brown, 2013). A autenticidade existencial implica que os turistas adquiram, por exemplo, a capacidade para olharem criticamente e a partir de uma nova perspetiva para si próprios e para as circunstâncias das suas vidas quotidianas (Wang & Gnoth, 2015). A viagem turística fornece, assim, uma perspetiva exotópica - no sentido bakhtiniano - durante a qual os indivíduos podem olhar de fora para o seu Eu, abraçando a reflexividade e a liberdade existencial e fazendo escolhas que tenham significado para si próprias e que, por seu turno, lhes reduzem a angústia de existir e facilitam a adoção de uma vida mais autêntica. Aquilo que une os modelos do turismo enquanto «ritual secular» e do turismo enquanto catalisador da autenticidade existencial é, por um lado, a dimensão liminar do turismo e, por outro, o seu potencial transformador.

Intimamente ligada ao conceito de autenticidade existencial está a crescente literatura sobre a «viagem transformacional» (*transformative travel*) que se refere ao papel da viagem na transformação íntima e perene do sujeito, eventualmente até à mudança dos seus valores e modos de vida (e.g. Sampaio, Simoni & Isnart, 2014; Punga, Gnoth & Del Chiappa: 2020). A ideia de que certas experiências de viagem podem dar origem a mudanças profundas e duradouras nos seus protagonistas tem vindo a ser discutida, por exemplo, nos contextos do *backpacking*, do voluntariado internacional, da viagem de veleiro a volta do mundo, mas também em situações turísticas mais prosaicas. Com efeito, esta abordagem veio abrir caminho a toda uma nova ordem de investigações empíricas que têm vindo a sublinhar o potencial transformador da viagem. A viagem turística atua, não apenas no momento em que é vivida, mas, aparentemente, imprime efeitos duradouros naqueles que a viveram (c.f. Kirillova, Letho & Cai, 2017).

Tabela 2: Teorias e Conceitos Mobilizados na Secção 2

Teorias e conceitos mobilizados na secção 2	Referências
Autenticidade e autenticidade encerrada	MacCannell, 1999 [1ª Ed. 1976]
Autenticidade emergente e construída	Cohen, 1988
Autenticidade existencial no turismo	Wang, 1999, 2000; Reisinger & Steiner, 2005; Kim e Jamal, 2007; Rickly-Boyd, 2012; Brown, 2013
Autenticidade e angústia existencial	Kirillova & Letho, 2015
Turismo criativo	Raymond & Richards, 2000; Cabeça et al., 2019a, 2019b
Cocriação	Campos et al., 2015
Flow	Csikszentmihalyi, 1990
Turismo transformacional	Sampaio et al., 2014; Punga et al., 2020; Kirillova, Letho e Cai, 2017.

Fonte: elaboração própria.

### 3 UM PROCEDIMENTO HEURÍSTICO

É claro que nem a utilização das teorias da liminaridade turística ou da autenticidade existencial são aceites sem críticas, nem tal seria de esperar.

<sup>29</sup> Tourism demands new metaphors based more on being, doing touching and *seeing*, rather than just 'seeing'.

Recentemente, os teóricos da «desdiferenciação» (*de-differentiation*) ou da «indiferenciação» têm vindo a defender o argumento segundo o qual há muito menos ruturas e mais continuidades entre o dia-a-dia das pessoas e as suas vivências em contexto turístico do que o que aqueles modelos da Sociologia do Turismo parecem fazer crer. Não apenas o olhar turístico e as práticas turísticas fazem hoje parte das vidas quotidianas da maior parte de nós, como carregamos uma parte significativa das nossas rotinas e práticas do dia-a-dia durante as nossas viagens.

A partir da feroz crítica às visões «dualistas» ou «dicotómicas» que opõem o «turismo» à «vida quotidiana», o «estar em casa» ao «estar fora de casa», Franklin e Crang, por exemplo, defendem que a distinção entre o quotidiano e as férias é completamente indefinida (*blurred*) (Franklin & Crang, 2001:8). Da mesma forma, Edensor põe em causa a ideia segundo a qual a maior das experiências turísticas vividas no contexto do turismo de massas são «extraordinárias» e propõe que o turismo constitui antes um conjunto de *performances* essencialmente normativas durante as quais o ethos e a *hexis* corporal do quotidiano fazem parte integrante. Larsen parece ter uma posição intermédia ao sugerir que *des-exotizar* a teoria do turismo não implica necessariamente extirpar-lhe a dimensão de extraordinário, mas tão só reintroduzir na análise a dimensão do quotidiano dos próprios turistas. Aquilo que ocorre em contexto turístico, como tudo na vida, está impregnado das rotinas do dia-a-dia daqueles que a praticam. Para este autor,

é preciso des-exotizar a teoria do turismo, não para dispensar o exótico e o extraordinário enquanto tais, mas para dar lugar à teoria da “quotidianidade”. Só através da incorporação da perspectiva da vida quotidiana no estudo do turismo é possível produzir explicações complexas, dinâmicas e contextuais (Larsen, 2008:30).<sup>30</sup>

Em todo o caso, defender que não existem quaisquer diferenças entre a viagem turística e a vida quotidiana (teoria da «des-diferenciação»), amalgamar completamente estes dois domínios da vida social numa realidade indiferenciada e, assim, advogar o abandono definitivo dos modelos da liminaridade e *communitas*, do potencial de transgressão e de transformação existencial do turismo, para além de evidenciar algum «academicocentrismo» na perspetiva aqui defendida consiste em «deitar fora o bebé com a água do banho».

Alguns textos que defendem acirradamente a ideia da «desdiferenciação» contemporânea entre as experiências turísticas e a vida quotidiana, para além de dificilmente serem suportados empiricamente, parecem enfermar de uma certa forma de «etnocentrismo de classe» - talvez provocado pelo cosmopolitismo da vida académica - e transpiram a atitude *blasée* de quem já não sente qualquer diferença entre viajar e estar em casa. Podemos legitimamente duvidar de que os membros de classes mais desfavorecidas sintam dessa forma a continuidade entre o seu dia-a-dia e a viagem de férias possível.

É preciso que se afirme com clareza que a abordagem dos comportamentos dos seres humanos em férias com recurso aos modelos da Antropologia do Ritual e da Filosofia Existencialista constitui fundamentalmente um procedimento heurístico, isto é, o seu objetivo principal é conferir inteligibilidade às experiências turísticas em determinadas circunstâncias e não «explicá-las» no sentido positivista da expressão. A utilização dos paradigmas que se baseiam na ideia segundo a qual a experiência turística é, para a maior parte daqueles que a praticam, diversa do seu quotidiano e que por isso indutora de comportamentos e atitudes diferentes dos do dia-a-dia, continua a ser cientificamente pertinente, mesmo num mundo profundamente globalizado e onde as mobilidades - turísticas e outras - são generalizadas. Só com recurso à liminaridade turística, por exemplo, é possível dar sentido aos comportamentos turísticos negativos (*negative tourist behaviors*) e às atitudes de «desengajamento moral» que lhes está associado (Jorgensen & Reichenberger, 2023)

Os modelos interpretativos que foram explorados neste ensaiopermitem, por um lado, lançar luz sobre fenómenos humanos que doutra forma permaneceriam confusos ou obscuros, por outro, lança pistas para a investigação de objetos empíricos em contexto turístico que nos pareceriam, a um primeiro olhar, desinteressantes, confusos ou obscuros. Aliás, como escreveu Raymond Aron,

[...] a tarefa dos sociólogos consiste em tomar a matéria social ou histórica mais inteligível do que ela foi na experiência que dela tiveram aqueles que a viveram. Toda a Sociologia é uma reconstrução que tende para a inteligibilidade das existências humanas, que são confusas e obscuras como todas as existências (Aron, 1982 [1967]: 482).

## REFERÊNCIAS

- Amirou, R. (1995) *Imaginaire Touristique et Sociabilités du Voyage*, Paris, P.U.F.
- Agapito, Mendes & Valle (2013) Exploring the conceptualization of the sensory dimension of tourist experiences. *Journal of Destination Marketing and Management* 2(2), 62–73. doi: 10.1016/j.jdmm.2013.03.001
- Aron, R. (1982 [1967]). *As Etapas do Pensamento Sociológico*, São Paulo, Martins Fontes.
- Baudrillard, J. (1981) *Simulacros e Simulação*, Lisboa, Relógio d'Água.
- Benson, M. & O'Reilly, K. (eds.) (2009) *Lifestyle Migrations: Expectations, Aspirations and Experiences*, Cornwall, Ashgate.
- Berger, P. (1973) 'Sincerity' and 'Authenticity' in Modern Society, *The Public Interest*, 81-90.
- Cabeça, S.M., Gonçalves, A.R., Marques, J.F. & Tavares, M. (2019). Mapping Intangibilities in Creative Tourism Territories through Tangible Objects: a methodological approach for developing creative tourism offers. *Tourism & Management Studies*, 15, Special Issue: Creative Tourism, 42-49.

<sup>30</sup> Cit. Original: [there is a] need to de-exotize tourism theory, not [to] dispense the exotic and the extraordinary as such, but to make space within the theory for 'everydayness' (...) By incorporating an everyday life

perspective into tourism study it is possible to produce complex, dynamic and contextual accounts of tourism.

- Clokes, P. & Perkins, H. C. (1998) Cracking the canyon with the awesome foursome. Representations of adventure tourism in New Zealand. *Society and Space*, 16(2) 185-218.
- Campos, A.C. Mendes, J., Oom do Valle, P. & Scott, N. (2015): Co-creation of tourist experiences: a literature review, *Current Issues in Tourism*.  
doi:10.1080/13683500.2015.1081158
- Cohen, E. (1988) Authenticity and Commodization in Tourism. *Annals of Tourism Research*, 15, 371-386.
- Cohen, E. (1984) The Sociology of Tourism: Approaches, Issues, and Findings. *Annual Review of Sociology*, 10, 373-392.
- Cohen, E. (1982). Marginal Paradises - Bungalow Tourism on the Islands of Southern Thailand. *Annals of Tourism Research*, 9(2), 189-228.
- Cohen, S.A., Duncan, T. & Thulemark, M. (2015) Lifestyle Mobilities: The Crossroads of Travel, Leisure and Migration, *Mobilities*, 10 (1), 155-172.
- Edensor, T. (2007) Mundane Mobilities, Performances and Spaces of Tourism. *Social & Cultural Geography*, 8(2). 199-215. doi: 10.1080/14649360701360089
- Falk, P. (1994) *The consuming body*, London, Sage.
- Fennell, D. (2015) Akrasia and tourism: why we sometimes act against our better judgement? *Tourism Recreation Research*, 40(1), 95-106.
- Franklin, A. & Crang, M. (2001) The problem with tourism and travel theory. *Tourism Studies*, 1(1) 5-22.
- Fortuna, C. (1995) Turismo, Autenticidades e Cultura Urbana: Percurso teórico com parágrafos breves e Évora e Coimbra. *Revista Crítica de Ciências Sociais*, 43, 11-45.
- Gottlieb, A. (1982). 'Americans' Vacations. *Annals of Tourism Research*, 9, 165-187.
- Grabum, N. H. H. (1989). Tourism: The Sacred Journey. In V. L. Smith (Ed.), *Hosts and Guest. The Anthropology of Tourism* (2<sup>nd</sup> Ed.), 21-36. Philadelphia: University of Pensilvania Press, 21-36.
- Guerreiro, J. A. Marques, J.F. (2017) Visita Guiada à Fábrica de Antiguidades: Sociologia, Turismo e Autenticidade, *Anais Brasileiros de Estudos Turísticos*, 7(1), 8 - 22.
- Hall, C.M. & Müller, D.K. (2004) (eds.) *Tourism, Mobility and Second Homes: Between elite landscape and common ground*, Grã-Bretanha, Cromwell Press.
- Heidegger, M (2005) *Ser e Tempo*, Parte I, Petrópolis: Vozes [trad. de Maria Sá Cavalcante Schuback]
- Huizinga, J. (1999) *Homo ludens: o jogo como elemento da cultura*. Perspectiva, São Paulo.
- Ilicic, M. (2014). Benefits of Creative Tourism - The Tourist Perspective. In: G. Richards and A. P. Russo, (Eds.), *Alternative and Creative Tourism*. Arnhem: ATLAS, 99-113
- Jafari, J. (1987). Tourism models: the sociocultural aspects. *Tourism Management*, 8(2), 151-159.
- Jorgensen T. & Reichenberger, I. (2023) Breaking bad behaviour: understanding negative film tourist behaviour through moral disengagement, *Current Issues in Tourism*, 26(7), 1183-1198.
- Kim, H. & Jamal T. (2007) Touristic Quest for Existential authenticity, *Annals of Tourism Research*, 34 (1), 181-201.
- Kirilova, K. & Letho, X. (2015) A existential conceptualization of the vacation cycle, *Annals of Tourism Research*, 55(C), 110-123.
- Kirilova, K. Letho, X. & Cai, L. (2017) Tourism and Existential Transformation: An Empirical Investigation, *Journal of Travel Research* 56(5) 638-650
- Lança, M. Marques, J. F. e Pinto, P. (2017) Liminality and the possibilities for sex and romance at an international bike meeting: a structural modeling approach, *Tourism & Management Studies*, 13(1) 18 - 26.
- Leach, E. (1961) *Rethinking Anthropology*, London: Athlone Press/University of London
- Lett, J. W. (1983). Ludic and liminoid aspects of charter yacht tourism in the caribbean. *Annals of Tourism Research*, 10(1), 35-56.
- MacCannell, D. (1973) Staged Authenticity: Arrangements of Social Space in Tourist Settings, *The American Journal of Sociology*, 79(3), 589-603.
- MacCannell, D. (1999 [1976]) *The Tourist - A new theory of the leisure class*. Schocken Books: New York.
- Marques, J.F. Gonçalves, A.R. Cabeça, S. M. Tavares, M. (2019) Creative Tourism Special Issue - Forword, *Tourism & Management Studies*, 15(5), 5-6.
- Marques, J.F. e Lança, M. (2016) Para além da vida quotidiana. Amor e sexualidade em contexto turístico: resultados preliminares de uma pesquisa exploratória no Algarve (Portugal), *Anais Brasileiros de Estudos Turísticos*, 6(2), 9-19.
- McKercher, B., & Bauer, T. (2003). Conceptual Framework of the Nexus Between Tourism, Romance and Sex. In T. Bauer & B. McKercher (Eds.), *Sex and Tourism. Journeys of Romance, Love and Lust*. New York: The Haworth Hospitality Press, 3-18.
- Oppermann, M. (1999). Sex tourism. *Annals of Tourism Research*, 26(2), 251-266.
- Punga, J. M., Gnoth, J., Del Chiappa, J. (2020) Tourist transformation: Towards a conceptual model, *Annals of Tourism Research*, 81.  
doi.org/10.1016/j.annals.2020.102885
- Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (1999). *The experience economy: Work is theatre and every business a stage*. Boston, MA: Harvard Business School.
- Preston-White, R. (2004) The Beach as a Liminal Space. In A. A. Lew, M. Hall & A.M. Williams (Eds.), *A Companion to Tourism*, Malden (U.S.A.): The Blackwell Publishing (349-359)
- Pritchard, A., Morgan, N. (2006) Hotel Babylon? Exploring hotels as liminal sites of transition and transgression, *Tourism Management* 27, 762-772
- Reisinger & Steiner (2005) Reconceptualizing Object Authenticity, *Annals of Tourism Research* (33)1, 65-86
- Rickly-Boyd, J. (2012) Lifestyle climbing: Toward existential authenticity, *Journal of Sport & Tourism*, 17(2), 85-104.
- Ryan, C., & Hall, C. M. (2001). *Sex Tourism. Marginal People and Liminalities*. London: Routledge.
- Sampaio, S., Simoni, V., Isnart, C. (2014) Tourism and transformation: Negotiating metaphors, experiencing change, *Journal of Tourism and Cultural Change*, 12(2), 93-101.
- Santos, J.F. & Esperança, E.J. (2011) *Turismo Residencial: Modos de estar noutra lugar*. Lisboa, Edições Colibri.
- Selänniemi, T. (2003). On holiday in the liminoid playground: place, time, and self in tourism, in Bauer, T. & McKercher, B. (Eds.), *Sex and Tourism. Journeys of Romance, Love and Lust*. Nova Iorque, The Haworth Hospitality Press, 19-31.
- Steiner, C. J. & Reisinger, Y. (2005) Understanding Existential Authenticity, *Annals of Tourism Research*, (2)33, 299-218.
- Turner, V. (1969). *The Ritual Process. Structure and Anti-structure*. New Jersey: Transaction.
- Turner, V. (1974). *Dramas, Fields & Metaphors. Symbolic Action in Human Societies*. Ithaca, New York: Cornell University Press.
- Turner, V (1982) *From Ritual to Theatre: The Human Seriousness of Play*, Baltimore: PAJ Publications.
- Urry, J. (2002). *The Tourist Gaze* (2<sup>nd</sup> Ed.). London: SAGE Publications.
- Veijola, S. & Jokinen, E. (1994) Body in Tourism, *Theory, Culture & Society*, 11, 125-151.
- Wang, N. (1999) Rethinking Authenticity in Tourism Experience, *Annals of Tourism Research*, 26(2), 249-370.

- Wang, N. (2000) *Tourism and Modernity: A Sociological Analysis*, Bingley, Emerald.  
 Wang, N.; Gnoth, J. (2016) Authenticity. In: Jafari, J.; Xiao, H.(Eds.). *Encyclopedia of Tourism*. Springer, p. 70-73.  
 Wagner, U. (1977). Out of Time and Place: Mass Tourism and Charter Trips. *Ethnos*, 42(1-2), 38–52.

## AGRADECIMENTOS

Este artigo é financiado por Fundos Nacionais através da FCT - Fundação para a Ciência e a Tecnologia no âmbito do projeto UIDB/04020/2020 Paris, P.U.F.

Final Table. CRediT author statement

Term	Definition	Author
Conceptualization	Ideas; formulation or evolution of overarching research goals and aims	x
Methodology	Development or design of methodology; creation of models	
Software	Programming, software development; designing computer programs; implementation of the computer code and supporting algorithms; testing of existing code components	
Validation	Verification, whether as a part of the activity or separate, of the overall replication/ reproducibility of results/experiments and other research outputs	
Formal analysis	Application of statistical, mathematical, computational, or other formal techniques to analyze or synthesize study data	
Investigation	Conducting a research and investigation process, specifically performing the experiments, or data/evidence collection	
Resources	Provision of study materials, reagents, materials, patients, laboratory samples, animals, instrumentation, computing resources, or other analysis tools	
Data Curation	Management activities to annotate (produce metadata), scrub data and maintain research data (including software code, where it is necessary for interpreting the data itself) for initial use and later reuse	
Writing - Original Draft	Preparation, creation and/or presentation of the published work, specifically writing the initial draft (including substantive translation)	x
Writing - Review & Editing	Preparation, creation and/or presentation of the published work by those from the original research group, specifically critical review, commentary or revision – including pre-or postpublication stages	x
Visualization	Preparation, creation and/or presentation of the published work, specifically visualization/ data presentation	
Supervision	Oversight and leadership responsibility for the research activity planning and execution, including mentorship external to the core team	x
Project administration	Management and coordination responsibility for the research activity planning and execution	x
Funding acquisition	Acquisition of the financial support for the project leading to this publication	x

Source: reproduced from Elsevier (2022, s/p), based upon Brand et al. (2015).

Processo Editorial / Editorial Process / Proceso Editorial

Editor Chefe / Editor-in-chief / Editor Jefe: PhD Thiago D. Pimentel (UFJF).

Recebido / Received / Recibido: 09.05.2023; Revisado / Revised / Revisado: 06.06.2023 – 05.10.2023 – 10.11.2023; Aprovado / Approved / Aprobado: 15.12.2023;

Publicado / Published / Publicado: 18.12.2023.

Documento revisado às cegas por pares / Double-blind peer review paper / Documento revisado por pares ciegos.