

“O IMPÉRIO DOS SENTIDOS”: ROMANCE E SEXUALIDADE EM CONTEXTO TURÍSTICO DE SOL E MAR

Milene Lança* & João Filipe Marques**

Resumo: O romance e a sexualidade parecem ser ainda uma espécie de tabu no domínio da pesquisa em turismo. A maior parte da literatura produzida até ao momento consiste em analisar (e denunciar) as práticas de sexo comercial em destinos turísticos. No entanto, é necessário assumir que as atividades sexuais durante a viagem turística nem sempre envolvem características negativas, como a prostituição, a exploração, o tráfico de seres humanos ou a pedofilia, como as que tendem a ser descritas no interior do "paradigma do turismo sexual". Uma análise séria da articulação entre turismo, amor e sexualidade implica uma perspetiva mais nuanceada da realidade. Por outras palavras, esta articulação estende-se muito para além dos limites estreitos do que tem vindo a ser designado por «turismo sexual», uma vez que a maioria das relações sexuais em contexto turístico é positiva e não pecuniária. Os resultados deste estudo, provenientes de uma abordagem metodológica mista, confirmam a forte relação entre o período de férias e a disponibilidade para o sexo e para o romance fora do “paradigma do turismo sexual”, num dos destinos de sol e mar mais reconhecidos da Europa - o Algarve (Sul de Portugal). A natureza liminar do turismo desempenha um papel importante nas relações íntimas, seja em casais de longa duração ou em relacionamentos iniciados no destino. No entanto, as respostas às perguntas da pesquisa mostram padrões diferentes de acordo com o género dos respondentes e outras características individuais.

Palabras-chave: Turismo, Sexo, Paradigma do Turismo Sexual, Romance, Liminalidade, Género, Duplo Padrão Sexual.

“THE REALM OF THE SENSES”: ROMANCE AND SEXUALITY DURING SUN AND SEA TOURISM

Abstract: Tourism research tends to ignore love and sexuality, which are still a kind of taboo in this area. So far, most of the literature produced consists of analyzing (and denouncing) the practices of commercial sex on tourism destinations. However, it is necessary to assume that sexual activities during travelling vacations do not always involve negative characteristics, such as exploitation, prostitution, human trafficking or pedophilia, as those described within the "sex tourism paradigm". A serious examination of the nexus between tourism and sex has to contemplate a nuanced perspective of reality. In other words, this articulation extends far beyond the narrow confines of “sex tourism”, since most of the sexual practices are positive and non-pecuniary. The results of this study, from a mixed methodological approach, confirm the strong relationship between vacation time and the availability for sex and romance outside the “sex tourism paradigm” in one of the most recognized sun and sea destinations in Europe – the Algarve (South Portugal). The liminal nature of tourism plays an important role on intimate relationships, either for long-term couples or new found partners at the destination. However, answers to the research questions show different patterns according to gender and other personal characteristics.

Key words: Tourism, Sex, Sex Tourism Paradigm, Romance, Liminality, Gender, Sexual Double Standard.

“EL IMPERIO DE LOS SENTIDOS”: ROMANCE Y SEXUALIDAD EN CONTEXTO TURÍSTICO DE SOL Y MAR

Resumen: La investigación en turismo tiende a ignorar el amor y la sexualidad, que todavía son una especie de tabú en este campo. La mayor parte de la literatura producida hasta el momento consiste en analizar (y denunciar) las prácticas sexuales comerciales en destinos turísticos. El énfasis puesto en el “turismo sexual” ha sido tan fuerte que el término se usa como sinónimo del “turismo sexual comercial”. Sin embargo, es necesario asumir que las actividades sexuales durante el turismo ni siempre tienen características negativas, como la explotación, la prostitución, el tráfico humano o la pedofilia, como las descritas por el "paradigma del turismo sexual". Un análisis serio de la articulación entre turismo y sexualidad implica una perspectiva más nuanceada de la realidad. En otras palabras, esta articulación se extiende más allá de los límites estrechos del «turismo sexual», ya que la mayoría de las relaciones sexuales en contexto turístico son positivas y no pecuniarias. Los resultados de este estudio, derivados de un enfoque metodológico mixto, confirman la fuerte relación entre las vacaciones y la disponibilidad para el sexo y el romance fuera del "paradigma del turismo sexual", en uno de los destinos de sol y mar más reconocidos de Europa - el Algarve (sur de Portugal). La naturaleza liminal del turismo juega un papel importante en las relaciones íntimas, sea en parejas a largo plazo o en relaciones iniciadas en el destino. Sin embargo, las respuestas a las preguntas de la investigación muestran diferentes patrones según el género y otras características personales.

Palabras clave: Turismo, Sexo, Paradigma del Turismo Sexual, Romance, Liminalidad, Género, Doble Estándar Sexual.



Licenciada por *Creative Commons*
Atribuição Não Comercial / Sem
Derivações / 4.0 / Internacional

* Licenciada e Mestre em Sociologia pela Universidade do Algarve (Portugal). Atualmente é doutoranda em Turismo na Faculdade de Economia desta Universidade e investigadora do CinTurs (Centro de Investigação em Turismo, Sustentabilidade e Bem-estar). A sua dissertação de doutoramento aborda a relação entre a sexualidade, o turismo e o género, sendo estas as suas principais áreas de interesse científico. [mglanca@ualg.pt]

** Doutor em Sociologia pela École des Hautes Études en Sciences Sociales de Paris e Mestre em Antropologia pela Universidade Nova de Lisboa. É Professor na Faculdade de Economia da Universidade do Algarve (Portugal) e investigador integrado do Centro de Investigação em Turismo, Sustentabilidade e Bem-estar (CinTurs). Atualmente, é o Diretor do Mestrado em Sociologia daquela instituição. Tem publicado nas áreas da Sociologia das Relações Interétnicas e do Racismo, mas também, ultimamente, na área da Sociologia do Turismo e das Viagens. É um dos coordenadores da Secção Temática de «Sociologia do Turismo» da Associação Portuguesa de Sociologia. Entre os seus interesses científicos atuais incluem-se os fenómenos das Mobilidades associadas ao Lazer e ao Turismo, da Liminalidade e da Autenticidade Existencial na experiência turística [jfmarg@ualg.pt]

Porquê essa ligação entre amor e turismo? Por uma razão muito simples, porque a experiência turística e a experiência amorosa têm muito em comum - quase tudo.

Yves Michaud (2013: 10)

1 INTRODUÇÃO

A pesquisa em Ciências Sociais é relativamente unânime ao assumir que existe uma forte componente romântica, erótica e mesmo sexual na viagem turística, seja como conjunto de motivações iniciais ou como parte integrante da própria viagem (McKercher & Bauer, 2003). Além disso, o sexo é parte integrante da vida e, se as pessoas têm atividade sexual durante a vida quotidiana, é natural que também a tenham quando viajam (McKercher & Bauer, 2003). Postula-se até que tenham atividade sexual com mais frequência e intensidade durante uma viagem turística devido à natureza liminar do turismo e ao anonimato que a viagem de férias oferece (Zhang & Xu, 2019).

Contudo, a maioria dos estudos produzidos sobre a relação entre turismo e sexualidade tem-se concentrado no chamado “turismo sexual”, ou seja, na prostituição orientada para os turistas, no tráfico de seres humanos, no abuso sexual de menores, nas desigualdades de género, na violação dos direitos humanos ou na disseminação do VIH, especialmente em países menos desenvolvidos (Carter & Clift, 2000; Cohen, 1982; De Albuquerque, 1998; Kempadoo, 1999; Michel, 2009; O’Connell-Davidson, 2001; Oppermann, 1999; 1998; Piscitelli, 2004; Ribeiro & Sacramento, 2006; Sanchez-Taylor, 2000, entre outros). Embora esta posição não esteja isenta de críticas (Brents, Jackson & Hausbeck, 2010; Cabezas, 2004; Frohlick, 2010; Herold, Garcia & DeMoya, 2001; Oppermann, 1999; Ryan, 2000; Ryan & Kinder, 1996), daqui em diante designaremos essa perspectiva analítica como o “paradigma do turismo sexual” (Marques & Lança, 2016).

Apesar da importância destes estudos, que legitimamente ajudam à tomada de consciência sobre questões de desigualdade e exploração, o comércio dos corpos e do sexo constitui apenas uma pequena parte da relação entre o comportamento sexual humano e o contexto turístico (Carr & Poria, 2010; McKercher & Bauer, 2003; Oppermann, 1999; Ryan & Hall 2001). Para muitas pessoas, especialmente casais ou famílias em férias, o sexo representa o prolongamento das suas vidas sexuais regulares, embora possivelmente com maior frequência e

intensidade (McKercher & Bauer, 2003). De facto, a grande maioria das pessoas que praticam sexo enquanto viajam, fazem-no com os seus parceiros habituais ou com novos parceiros, mas em encontros que, apesar de serem de curta duração, são consensuais e não comerciais (*Idem*).

O objetivo deste artigo é, por isso, examinar as perspetivas e as práticas dos turistas relacionadas com o romance e a sexualidade num dos destinos turísticos de sol e mar mais conhecidos da Europa - o Algarve (Sul de Portugal). O Algarve não é um destino de turismo sexual, o que significa que os turistas não procuram esta região com o objetivo de praticar sexo comercial. Pelo menos, os resultados deste estudo mostram que essa não é a motivação para a sua viagem.

No entanto, o Algarve é um destino para famílias, casais e amigos em férias, onde o sexo desempenha um papel importante, longe de casa e dos constrangimentos da vida quotidiana. Como afirmam McKercher e Bauer (2003:13):

“uma vez que a maioria das viagens turísticas se fazem com o(a) parceiro(a) e a família, é evidente que a maioria das atividades sexuais fora de casa envolve relacionamentos duradouros. Tais atividades têm gerado pouco interesse académico porque não são nem controversas nem fora do comum”.

Portanto, é necessário analisar os comportamentos sexuais dos turistas fora do “paradigma do turismo sexual”, integrando uma nova perspetiva analítica, a do “sexo e da sexualidade durante o lazer e as experiências turísticas” (Carr & Poria, 2010). Como afirma Marques (2016:s/p):

“as futuras pesquisas sobre a relação entre o turismo e o sexo continuarão a incidir nos aspetos negativos e de exploração do “turismo sexual” e de prostituição, mas a investigação deverá também virar-se para os aspetos menos conhecidos e mais positivos e recompensadores da articulação entre a viagem, o amor e a sexualidade humana”.

Os resultados aqui apresentados fazem parte da tese de doutorado da primeira autora e sugerem uma forte relação entre a viagem de férias e os encontros românticos e sexuais, tanto no que diz respeito a novos envolvimentos, quanto no que se refere ao fortalecimento dos relacionamentos já existentes. As características de liminaridade da viagem turística oferecem as condições ideais para as pessoas se envolverem em atividades sexuais e/ou românticas

com os parceiros habituais ou com os novos parceiros encontrados no destino. Uma vez que o tempo de férias é limitado, os turistas praticam o romance e a sexualidade de uma forma algo diferente e "extraordinária", possibilitando a criação de memórias positivas sobre as férias e sobre o destino turístico.

Além disso, os resultados revelam padrões de resposta diferentes de acordo com o gênero dos respondentes e outras características individuais. O duplo padrão sexual continua a moldar e restringir o que se diz e/ou faz no que diz respeito à sexualidade, sobretudo no caso das mulheres (Connell, 1987; Jackson & Scott, 2002). A possibilidade de se envolver num romance ou aventura sexual sem compromisso futuro, continua a fazer parte do imaginário masculino, muito mais do que do feminino. As mulheres, pelo contrário, tendem a valorizar os relacionamentos duradouros, motivo pelo qual aproveitam as férias fora de casa para investir nas relações existentes.

Neste capítulo também são discutidas algumas implicações práticas em relação ao futuro do Algarve como destino turístico. Tendo em conta que a qualidade das experiências é determinada maioritariamente pela intimidade que existente entre as pessoas no destino turístico (Trauer & Ryan, 2005), as experiências românticas podem desempenhar um papel decisivo na fidelização dos turistas ao Algarve, assim como na captação de novos turistas.

2. O "ESTADO DA ARTE"

2.1 Relação entre Turismo e Sexo

Diversos autores têm vindo a concluir que a relação entre o turismo e a sexualidade tem sido não apenas pouco investigada, como é claramente subteorizada (Agustín, 2010; Berdychevsky, Gibson & Poria, 2013; Cabezas, 2009; Carr & Poria, 2010; Frank, 2007; Frohlick, 2010; Jordan & Aitchison, 2008; Marques & Lança, 2016), verificando-se também, como referem Ryan e Hall (2001), uma falta de coerência metodológica entre as diferentes correntes de investigação que se debruçam sobre estas temáticas.

Segundo Oppermann (1999), na relação entre turismo e sexualidade, é necessário considerar não apenas o objetivo, como a duração da viagem, o tipo de relacionamento estabelecido entre os indivíduos, a natureza do encontro sexual e quem se enquadra em cada categoria. McKercher e Bauer (2003) acrescentam que, nessa relação, deve considerar-se

também o papel que o sexo e o romance desempenham na motivação para viajar, a natureza do encontro e o papel desempenhado pela indústria turística como facilitadora dos encontros românticos e sexuais.

O papel do romance e do sexo enquanto motivadores da viagem turística é o primeiro elemento a considerar. A sua importância pode variar entre o extremo em que o romance e o sexo constituem as principais motivações para a viagem e o outro extremo, no qual estes não desempenham qualquer papel na decisão de viajar. O sexo e/ou o romance podem ser um resultado esperado da viagem, como no caso das "escapadinhas" românticas em casal, das luas de mel, ou mesmo dos encontros sexuais comerciais organizados; podem ser antecipados ou desejados, como no caso das viagens de finalistas; ou podem ser um resultado ambicionado, especialmente se os turistas procuram ter um romance durante as férias, como no caso dos "cruzeiros para solteiros". Também podem constituir um resultado não planeado ou casual. No entanto, para a grande maioria das pessoas que viajam, o romance e/ou atividade sexual situam-se algures entre estes dois extremos.

A natureza do encontro é o segundo elemento a considerar. Grande parte da literatura sobre a relação entre turismo e sexo tende a destacar a natureza desigual e de exploração dos encontros entre os turistas e os seus parceiros sexuais (Carter & Clift, 2000; Cohen, 1982; De Albuquerque, 1998; Kempadoo, 1999; Michel, 2009; O'Connell-Davidson, 2001; Piscitelli, 2004; Sanchez-Taylor, 2000, entre outros). De facto, muitas das atividades associadas ao "turismo sexual" são marcadas pela dominação e pela exploração. Mas, como lembram alguns autores, a prostituição e outras formas de sexo mais ou menos comercial representam apenas uma pequena fração do total de atividades sexuais que acontecem em contexto turístico (Carr & Poria, 2010; McKercher & Bauer, 2003; Oppermann, 1999; Ryan & Hall, 2001). Assim, a natureza dos encontros sexuais também pode ser situada num *continuum* que vai das experiências mutuamente gratificantes e positivas até às experiências negativas ou de exploração.

O papel desempenhado pela indústria turística enquanto facilitadora dos encontros sexuais e/ou românticos é o terceiro elemento a considerar. As várias componentes da indústria do turismo desempenham um papel determinante na facilitação dos encontros sexuais e românticos entre os turistas e

os seus parceiros. Podem desempenhar um papel indireto, através do cenário, do clima e do contexto para os encontros sexuais ou românticos, ou um papel mais direto, através do local, das infraestruturas e dos potenciais parceiros (McKercher & Bauer, 2003).

Contudo, o papel mais importante que o contexto turístico desempenha nas relações românticas e/ou sexuais é, como veremos, o de oferecer um ambiente *liminar*, longe de casa, dos constrangimentos da vida quotidiana e do controlo social que permite reduzir as inibições e proporciona melhores oportunidades para os encontros íntimos entre parceiros.

2.2 A Liminalidade como Facilitadora do Sexo e do Romance

Proveniente da Antropologia do Ritual, o conceito de liminaridade (do latim *limen*, que significa em português “limiar”) é atualmente um dos mais popularizados no âmbito da Sociologia do Turismo.

Turner (1974a; 1974b) inspirou-se no pensamento de Van Gennep (1960 [1909]) sobre a estrutura dos “ritos de passagem” e na distinção que Durkheim (1914) fez entre o “sagrado” e o “profano”, para argumentar que, durante a vida quotidiana, as pessoas vivem numa estrutura social, económica e política que determina as suas ações. No entanto, Turner (1974a; 1974b) lembra que, periodicamente, há hipóteses de “fuga” a essa realidade estruturada, em concreto, durante o processo ritual.

O processo ritual, em todas as culturas, envolve três etapas: (i) separação, ou saída da estrutura vigente; (ii) a transição, quando o indivíduo, tendo deixado a estrutura de pertença ainda não entrou na nova estrutura; (iii) e reintegração, geralmente na forma de outra categoria social ou pessoal. A pertinência deste modelo diz respeito à marginalidade espaço-temporal que existe entre a saída e a reintegração na estrutura. Por um momento, o indivíduo está “betwixt and between” (Turner, 1974b), ou seja, não está nem numa estrutura nem noutra, sendo esse estado intermediário “anti-estrutural” que Van Gennep (1960 [1909]) apelidou de “liminaridade”.

Alguns autores (Graburn, 1977; Jafari, 1987; Ryan & Hall, 2001; Selänniemi, 2003) argumentam que o turismo pode ser encarado como uma espécie de “rito de passagem” moderno. O ato de viajar representaria um processo simbólico, durante qual os turistas se afastam de um local familiar (separação) para um

destino turístico (espaço-tempo liminar), retornando depois ao local de origem (reintegração) (McKercher & Bauer, 2003). Esse espaço-tempo liminar é uma espécie de “vazio”, onde as normas e o controlo social são suspensos e ocorre a “morte” simbólica da pessoa que existia antes de viajar. Isso dá aos turistas a oportunidade de fazer e experimentar coisas que, de outra forma, não fariam.

Durante a viagem de férias, os indivíduos adotam novos padrões comportamentais, ganham maior liberdade e anonimato e compartilham um sentimento de união com outros turistas que estão na mesma situação, a que Wagner (1977), na esteira de Turner, chamou de *communitas*.

Os conceitos de liminaridade e de *communitas* ajudam a perceber por que motivo a espontaneidade, o sentimento de união e de quase igualdade social ou a participação em atividades de inversão de papéis têm maior probabilidade de ocorrer quando se viaja (McKercher & Bauer, 2003). Em simultâneo, a adoção de comportamentos sexuais diferentes, a escolha de parceiros, a frequência e a intensidade das relações sexuais ou ainda as perceções sobre sexualidade e intimidade também podem ser melhor compreendidas através das características de liminaridade do turismo. O turismo é um espaço-tempo onde é possível realizar fantasias e desejos que são negados durante a vida quotidiana (Franklin, 2003; Lança, Marques & Valle, 2017; Lança & Ribeiro, 2020).

Selänniemi (2003) afirma mesmo que o turismo pode ser interpretado como uma quadrupla transição/transgressão. Primeiro, é uma transição espacial de casa para outro lugar. Segundo, é uma transição temporal, de saída do tempo quotidiano do trabalho, da casa, da rotina e do relógio. Terceiro, é uma transição mental, na qual o “outro” latente pode surgir e revelar características que o autocontrolo e o controlo social mantêm ocultos durante a vida quotidiana. Quarto, é uma transição sensorial/ sensual, durante a qual os sentidos estão muito mais despertos para os diversos estímulos. Esta transição/transgressão do espaço de residência e da vida quotidiana para um destino turístico altera o estado psicológico, a ordem social, o estado corporal e a maneira como os indivíduos percebem e experimentam aquilo que os rodeia (Idem).

Esta transição/transgressão, associada ao afrouxamento do controlo social e ao anonimato, permitem diferentes atitudes mentais e sensoriais, característica que o turismo partilha com o estado

de paixão, o romance e a sexualidade (Lança, Marques & Valle, 2017; Lança & Ribeiro, 2020; Marques & Lança, 2016;). Por outras palavras, trata-se de manifestações da corporalidade, nas quais a sensualidade e o prazer desempenham um papel determinante (Gisolf, 2013; Johnston & Longhurst, 2010; Selännemi, 2003).

É possível afirmar, portanto, que o turismo permite as mesmas oportunidades de fuga que a “vida socioerótica” descrita por Weitman (1998). Ambas são oportunidades para abandonar a vida “profana” do quotidiano e entrar, momentaneamente, numa ordem “sagrada” ou festiva.

2.3 Duplo Padrão Sexual, Vigilância e Regulação

Apesar do turismo ser um facilitador dos encontros sexuais e românticos, também é evidente a persistência de algumas forças conservadoras que continuam a moldar os comportamentos que são socialmente considerados aceitáveis para homens e mulheres. O duplo padrão sexual parece persistir mesmo após décadas de críticas feministas (Kalish & Kimmel, 2011) e independentemente da crescente aceitação da igualdade em relação à vida sexual (Bozon, 2004). O duplo padrão continua a designar os homens que têm muitas parceiras sexuais de forma positiva, como “garanhões” ou “Don Juans” e, as mulheres que têm o mesmo tipo de comportamento de forma negativa, como “vagabundas” ou “prostitutas” (Farvid, Braun & Rowney, 2017; Milhausen & Herold, 1999).

O duplo padrão sexual não advém das características anatómicas ou biológicas dos indivíduos, embora elas possam servir de justificação para alguns discursos sobre a suposta “urgência sexual” masculina (Ellis, 2003; Ribeiro et al., 2007) e a falta de apetite sexual nas mulheres (Kinsey, 1998 [1953]; Nicolson & Burr, 2003). O duplo padrão advém das ações normativas e políticas de vigilância dos corpos e da sexualidade, baseadas em perceções ideológicas assentes na ordem de género (Connell, 1987; Crawford & Popp, 2003). O mesmo é dizer que o duplo padrão sexual é um produto normativo da interseção entre o género, enquanto estrutura, e a sexualidade, enquanto prática relacional (Butler, 1999; 2011).

As mulheres estão numa posição particularmente delicada. O duplo padrão limita as suas perceções e práticas em relação à sexualidade, bem como a sua afirmação enquanto cidadãs sexuais (Jackson & Scott, 2004). Apesar das crescentes lutas

feministas pela igualdade de género, as mulheres continuam a ser descritas como “seres emotivos e caprichosos, cujos processos de pensamento não caminham por linhas racionais” (Giddens, 1992: 17). Esse tipo de estereótipo ainda persiste, moldando mentalidades, discursos e alimentando o que Bourdieu (2001) chamou de “dominação masculina”.

Em contexto turístico, apesar da “vigência” da liminaridade, também se verifica o escrutínio e a vigilância da sexualidade. Quando as pessoas deixam os seus locais de residência para viajar para outro lugar, deixam para trás parte da sua bagagem social e cultural, permitindo-lhes uma maior liberdade e relaxamento (McKercher & Bauer, 2003). No entanto, a vigilância dos comportamentos em contexto turístico - como nas sociedades em geral - apoiada e (re)criada por discursos sexualizados e corporificados (Foucault, 1977), funciona como uma limitação das práticas e das perspetivas dos turistas em relação à sexualidade e ao romance, especialmente no caso de mulheres (Jordan & Aitchison, 2008). Acima de tudo, em contexto turístico, verifica-se o mesmo princípio de distinção com base no género que se materializa no duplo padrão sexual: o mesmo que determina que as mulheres procuram amor e romance, enquanto os homens procuram sexo (Dahles & Bras, 1999; Jeffreys, 2003; Pruitt & LaFont, 1995).

3. METODOLOGIA

Esta pesquisa utiliza uma abordagem metodológica mista ou aquilo que alguns autores têm designado como mixed-methods (Bryman, 1992; Tashakkori & Teddlie, 2010) com o objetivo de aprofundar o conhecimento sobre as perspetivas e práticas dos turistas em relação ao sexo e ao romance.

A complementaridade das metodologias quantitativa e qualitativa é necessária e até desejável - sobretudo na investigação sobre temas sensíveis como é o caso da sexualidade humana (Howe, 1992; Miles & Huberman, 1994) -, já que cada uma utilizada de forma isolada e conquanto as suas vantagens, tem também limitações. Para obviar as limitações, esta pesquisa assenta num pluralismo metodológico (Bryman, 1992; Denzin, 1989; Flick, 1992; Kelle & Erzberger, 2004), observando as perspetivas quantitativa e qualitativa, não como duas extremidades numa dicotomia, mas como diferentes pontos num continuum (Creswell, 2015; Newman & Benz, 1998).

3.1 Contexto de Investigação

Em termos geográficos, o Algarve é a região situada mais a Sul de Portugal continental, no extremo ocidental da União Europeia. As suas fronteiras estão delimitadas a Norte pela região do Alentejo, a Este pela região espanhola da Andaluzia e a Sul e Oeste pelo Oceano Atlântico. A sua área compreende um pouco mais de 5.000 km², coincidindo perfeitamente com o distrito de Faro (cidade que é também a capital administrativa da região), onde residem cerca de 450 mil habitantes, distribuídos por 16 concelhos (INE, 2012).

O turismo é o principal setor de atividade no Algarve, representando cerca de 66,0% do PIB regional e a ocupação de mais de 60,0% da população ativa (ERTA, 2012). No ano de 2017, a região registou cerca de 4,5 milhões de hóspedes em alojamento classificado, mantendo-se como o principal destino turístico do país (30,9% do total de dormidas), (INE, 2018).

O Algarve é também a região com maior oferta de estabelecimentos hoteleiros (22,5% do total nacional), captando preferencialmente o mercado português (28,1%), logo seguido do britânico (27,6%). Embora com menor expressão, os mercados alemão (8,3%), espanhol (7,4%), holandeses (5,7%), irlandeses (5,0%) e franceses (4,9%) também se destacam por serem os que mais elegem a região para passar férias, essencialmente por motivos de lazer ou recreio (90,7%), (INE, 2017). Os turistas permanecem em média 4,6 noites, nomeadamente durante a época estival, a convite das praias e do bom clima que cá se faz sentir (Idem).

Apesar da importância do turismo na região, o seu futuro é visto com apreensão. O Algarve é um destino atrativo, mas está demasiado dependente do binómio Sol e Mar (Silva, 2019). A especialização em torno deste produto, bem como a concentração de recursos financeiros e humanos num número limitado de atividades, pode conduzir a que o destino fique refém do seu próprio sucesso.

3.2 Recolha, Tratamento e Análise dos Dados

As técnicas de recolha de informação foram a aplicação de um inquérito por questionário, composto por 36 questões (das quais 29 fechadas e sete abertas) e traduzido para quatro idiomas (português, inglês, francês e espanhol) e a realização de entrevistas semiestruturadas, em profundidade, com recurso a um guião, composto por 51 questões e elaborado em dois idiomas (português e inglês).

Ambas as técnicas foram aplicadas em simultâneo, com a ressalva dos participantes serem diferentes, isto é, aqueles que responderam ao inquérito por questionário não responderam à entrevista e vice-versa. No total, foram recolhidos e validados 1.015 inquéritos por questionário e realizadas 29 entrevistas em profundidade a uma amostra por conveniência de turistas de várias nacionalidades que fizeram férias no Algarve, nos verões de 2014 e 2015. Os inquéritos por questionário e as entrevistas foram realizados em várias praias do Algarve, até se atingir o ponto de saturação da informação recolhida (Flick, 2014).

Alguns resultados desta investigação serão, em seguida, apresentados de forma interativa, cruzando informações resultantes da metodologia qualitativa com informações de carácter quantitativo. Contudo, é importante sublinhar que o tratamento e a análise dos dados foram distintos, respeitando os procedimentos próprios de cada metodologia (Creswell, 2015).

No que se refere ao tratamento e análise da informação qualitativa, optou-se pela análise de conteúdo, nomeadamente pela análise interpretativa das entrevistas (McCracken, 1988; Bardin, 1997; Guerra, 2010; Coutinho, 2016), com recurso ao software NVivo Qualitative Data Analysis, versão 12.

Quanto ao tratamento e análise dos dados quantitativos, optou-se pela estatística descritiva, univariada, bivariada e multivariada (Pestana & Gageiro, 2005), trabalhados com recurso ao software SPSS, versão 20.

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Examinar as perspetivas e as práticas sexuais e de romance requer conhecimento sobre as estruturas sociais e culturais que enquadram essas manifestações. Em vez de entender a sexualidade humana como algo dependente de desejos inatos, ela deve ser observada a partir da ordem social, dos seus ritmos e calendários (Ferreira, 2010; Gagnon & Simon, 1974). Por esse motivo, os resultados serão apresentados através da interseção entre as características individuais - com foco especial no género - e as respostas dadas às várias questões que compõem o estudo. As características sociodemográficas dos(as) participantes da pesquisa são apresentadas nas Tabelas 1 e 2.

Tabela 1: Características sociodemográficas dos entrevistados (n=29).

		n	(%)
Género	Masculino	13	44,8
	Feminino	16	55,2
Idade	18-24	10	34,4
	25-34	12	41,4
	35-49	5	17,4
	50-64	1	3,4
	65 ou mais anos	1	3,4
Estado Civil	Solteiro(a)	19	65,6
	Casado(a)/União de facto	6	20,6
	Divorciado(a)	2	6,9
	Viúvo(a)	2	6,9
Nacionalidade	Portuguesa	24	82,9
	Britânica	2	6,9
	Russa	1	3,4
	Angolana	1	3,4
	Sul-Africana	1	3,4
Habilitações Académicas	Ensino Básico	4	13,8
	Ensino Secundário	9	31,0
	Licenciatura	15	51,8
	Doutoramento	1	3,4

Fonte: elaboração própria.

Tabela 2: Características sociodemográficas dos inquiridos (n=1.015).

		n	(%)
Género	Masculino	485	47,8
	Feminino	530	52,2
Idade	18-35	575	56,7
	36-59	387	38,1
	60 ou mais anos	40	3,9
	NS/NR	13	1,3
Estado Civil	Solteiro(a)	405	39,9
	Casado(a)/União de facto	571	56,3
	Divorciado(a)	33	3,3
	Viúvo(a)	4	0,4
	NS/NR	2	0,1
Nacionalidade	Portuguesa	396	39,0
	Britânica	244	24,0
	Espanhola	83	8,2
	Holandesa	61	6,0
	Alemã	60	5,9
	Irlandesa	43	4,2
Outra	128	12,7	
Habilitações Académicas	Ensino Básico	58	5,7
	Ensino Secundário	348	34,3
	Licenciatura	422	41,6
	Mestrado	116	11,4
	Doutoramento	25	2,5
NS/NR	46	4,5	

Fonte: elaboração própria.

Tanto os entrevistados como os inquiridos pertencem maioritariamente ao género feminino (55,2% e 52,2%, respetivamente). No caso dos entrevistados (n=29), a maioria tem idades compreendidas entre os 25 e os 34 anos (41,4%) ou entre os 18 e os 24 anos (34,4%). São maioritariamente solteiros (65,6%), embora alguns também sejam casados ou vivam em união de facto (20,6%), e são, na maioria, portugueses (82,9%). Grande parte possui licenciatura (51,8%) ou concluiu o ensino secundário (31,0%). No caso dos inquiridos (n=1.015), a maioria tem idades compreendidas entre os 18 e os 35 anos (56,7%) ou entre os 36 e os 59 anos (38,1%), são casados ou vivem em união de facto (56,3%), embora muitos sejam solteiros (39,9%). Grande parte tem nacionalidade portuguesa (39,0%) e britânica (24,0%) e apresenta habilitações académicas ao nível do ensino superior (licenciatura) (41,6%) ou ensino secundário (34,3%).

No que respeita ao objetivo do estudo, que visa compreender as perspetivas e as práticas relativas à sexualidade e ao romance, os resultados revelam informações significativas. Primeiro, permitem observar de perto um fenómeno que é original no Algarve, em Portugal e em muitos outros países. Segundo, os resultados fornecem informações precisas sobre os aspetos que mais influenciam a relação entre o turismo e a sexualidade num destino de Sol e Mar como o Algarve, fora do “paradigma do turismo sexual”. A Tabela 3, que resulta da análise dos dados qualitativos, ilustra quais são as principais categorias e subcategorias subjacentes a essa relação.

De modo geral, a Tabela 3 mostra quais são os aspetos que mais contribuem para a *liminaridade* - que, por sua vez, explica as perspetivas e as práticas sexuais e românticas em contexto turístico (Graburn, 1977; Jafari, 1987; McKercher & Bauer, 2003; Ryan & Hall, 2001; Selännemi, 2003) -, com base no número total de referências qualitativas codificadas (n=524).

Tabela 3: Codificação dos dados qualitativos

Categorias	Subcategorias/ Códigos	n	(%)	Ref. Cod. Masc.	Ref. Cod. Fem. (n)
				(n)	(n)
Transição Sensorial/ Sensual (n=188)	Corporalidade	10	5,3	5	5
	Frequência de relações sexuais	29	15,4	13	16
	Intensidade das relações sexuais	30	16,0	14	16

Categorias	Subcategorias/ Códigos	n	(%)	Ref. Cod. Masc. (n)	Ref. Cod. Fem. (n)
	Predisposição para um relacionamento de férias	57	30,3	24	33
	Dissolução de relacionamentos duradouros	29	15,4	12	17
	Investimento em relacionamentos duradouros	33	17,6	15	18
Transição Mental (n=172)	<i>Communitas</i>	29	16,9	14	15
	Experiências limite				
	Consumo de álcool	46	26,7	22	24
	Consumo de drogas	11	6,4	8	3
	Sexo pago	28	16,3	13	15
	Sexo sem preservativo	28	16,3	13	15
	Vários parceiros sexuais	30	17,4	15	15
Transição Espacial/ Temporal (n=164)	Afrouxamento do controlo social/ anonimato	39	23,8	16	23
	Características do destino	26	15,8	10	16
	Sol e mar	28	17,1	11	17
	Compressão do tempo	39	23,8	18	21
	Papel da indústria turística				
	Vida noturna	26	15,8	12	14
	Entretenimento	6	3,7	1	5

Fonte: elaboração própria com base em dados estatísticos provenientes do *software* NVivo 12.

Os resultados mostram uma pequena vantagem da *Transição Sensorial/Sensual* (Selännemi, 2003) sobre outras categorias que explicam a natureza liminar do turismo. No total das entrevistas, a *Transição Sensorial/Sensual* obteve o maior número de referências codificadas (n=188), o que significa que o turismo oferece oportunidades para experimentar o

meio envolvente de forma mais intensa, uma vez que os sentidos estão muito mais alerta em relação aos estímulos (*Idem*).

Ordenando os aspetos que mais contribuem para a **Transição Sensorial/Sensual** em contexto turístico, os mais relevantes são:

- A predisposição para se envolver num relacionamento de férias (30,3%);
- O investimento em relacionamentos duradouros (17,6%);
- A intensidade das relações sexuais (16,0%);
- A frequência de relações sexuais (15,4%);
- A dissolução de relacionamentos duradouros (15,4%);
- Corporalidade (5,3%).

A **predisposição para se envolver num relacionamento de férias** é apontada principalmente pelos homens solteiros (as referências femininas codificadas nesta subcategoria indicam sobretudo a negação desta tendência). Também a resposta dos inquiridos à questão "*quando vou de férias espero encontrar um novo amor/desenvolver um romance*" mostra que mais homens (26,8%) do que mulheres (12,5%) concordam com esta afirmação ($p=0,000^1$).

Este tipo de relacionamento, na opinião dos entrevistados, contribui para melhorar a experiência turística, para se divertirem, fá-los sentir adrenalina e dá origem a boas memórias sobre as férias e o destino turístico (McKercher & Bauer, 2003). Alguns participantes acreditam que os relacionamentos de férias podem, inclusive, transformar-se em relacionamentos duradouros:

Gosto de ser romântico, mas também gosto de loucura, como toda a gente. Acho que é bom e faz parte da idade. É mais comum na malta mais nova, mas é bom, sobretudo para aprendermos e vivermos a vida. [Henrique, 18 anos, solteiro].

Já tive alguns, é uma experiência de vida. Não se deve esperar muito, são romances de férias. Quando penso em envolver-me com alguém não penso em ser um romance de férias, penso que pode ser que se estenda e se torne um relacionamento sério. [Inês, 28 anos, solteira].

Se eu tiver umas férias românticas, num local especial, que eu esteja mesmo só com aquela pessoa (...), posso ter umas férias que vão ficar na

¹ Foram realizados testes de independência do Qui-Quadrado para apurar se as diferenças encontradas nas respostas de homens e mulheres são estatisticamente significativas. De acordo com a

estatística do teste, a hipótese alternativa da existência de diferenças estatisticamente significativas entre os grupos é aceita sempre que o valor de $p < 0,05$ (Pestana & Gageiro, 2005).

memória. É uma espécie de fotografia que vai servir para lembrar aquele momento maravilhoso, aquele ponto alto da nossa vida. [Mário, 21 anos, solteiro].

No entanto, quando questionados sobre a possibilidade de ter um relacionamento apenas durante as férias no Algarve, poucos mostraram essa vontade. Dos que gostariam de passar pela experiência, a maioria pertence ao género masculino: 24,2% dos homens contra 10,0% das mulheres ($p=0,000$) concordam com a afirmação "nestas férias quero encontrar um novo amor/desenvolver um romance".

Para muitos turistas, trata-se mais de uma fantasia do que de um desejo para concretizar efetivamente. Os resultados mostram que as perspetivas são muitas vezes diferentes das práticas adotadas. Pode ser também porque alguns dos participantes são casados ou têm um relacionamento duradouro, ou mesmo porque alguns gostariam de encontrar alguém para um relacionamento mais sério. Os relacionamentos de férias são considerados "engraçados", mas, na realidade, não são o tipo de relacionamento que a maioria gostaria de ter. Efetivamente, o Algarve é um destino para famílias, casais ou amigos, onde o sexo tem lugar sobretudo no interior da conjugalidade ou relacionamento sério.

O investimento em relacionamentos duradouros significa a oportunidade de passar mais tempo com o parceiro habitual, sem as restrições da vida quotidiana do trabalho, da rotina e do relógio (McKercher & Bauer, 2003; Selännemi, 2003). Para os entrevistados, as viagens de férias significam a fuga à rotina, um momento para fortalecer os laços com o parceiro habitual, para fazer coisas diferentes num ambiente descontraído:

Faz bem. Basta a gente sair do nosso ambiente do dia a dia, já isso é bom. Apesar de nos darmos muito bem há 32 anos, sabe sempre bem. Por acaso tenho a felicidade de ter um marido excelente (...). [Helena, 53 anos, casada].

As pessoas estão mais relaxadas, mais desinibidas, querem mesmo diversão. Acho que é bom porque aquela tensão que pode haver na relação, à partida, dissipa-se nas férias. É uma fuga à rotina diária. [Alexandre, 25 anos, solteiro].

Não obstante, são principalmente as mulheres que apontam as viagens de férias como o momento ideal para investir na relação:

Se o casal for de férias em conjunto, é aquele tempo de lazer que vai passar junto e claro que isso contribui para fortalecer a relação. Passam mais tempo juntos e fogem da rotina. [Leonor, 30 anos, união de facto].

Entre os inquiridos, são também mais as mulheres do que os homens, que concordam com afirmações como "as férias fazem bem às relações" (88,0% das mulheres e 84,1% dos homens; $p=0,015$) e "nestas férias quero fortalecer os laços amorosos/sexuais com o meu esposo(a)/companheiro(a)" (76,8% das mulheres e 73,8% dos homens; $p=0,001$).

Nesse sentido, é possível afirmar que a imagem do Algarve tem sido (re)criada na mente dos turistas como tendo uma certa "aura de excitação sexual e romântica" (McKercher & Bauer, 2003), ancorada sobretudo na existência de settings como a praia e a natureza ou até a vida noturna com os bares ao ar livre. Conforme declarado por um dos entrevistados:

Não sei muito bem se é próprio da cultura Portuguesa, mas quando saímos à noite, vemos uma atmosfera muito romântica. Quando vamos a bares, especialmente os bares abertos com esplanadas, que há muito aqui, vê-se amor e romance por todo o lado. É bastante atrativo e apelativo, e é fácil deixares-te levar por isso. "Deixa ver no que vai dar". "Se eles o fazem, porque não eu?". [John, 32 anos, solteiro].

A intensidade das relações sexuais é também destacada por alguns participantes. Estar longe de casa, das rotinas e do stress contribuem para que as experiências sexuais sejam vividas de forma mais intensa. Neste caso, é para os indivíduos solteiros que o tempo de férias melhor contribui para uma sexualidade mais intensa, seja com o parceiro habitual ou com novos parceiros recém encontrados no destino:

É um benefício extra durante as férias. Se fizer sexo num lugar exótico, isso torna as férias muito melhores. É muito mais interessante em férias do que em casa porque em casa vê-se sempre as mesmas coisas. Mas isso depende de casa pessoa, obviamente. Pessoalmente, as minhas relações preferidas são as que tenho em férias. (...) Fazemos coisas diferentes, por vezes até muito estranhas, com muita intensidade. Por vezes estou com raparigas mais extrovertidas com as quais faço coisas muito loucas. Quando noto que elas são mais extrovertidas, deixo-as tomar as rédeas da situação. Estive com uma rapariga que queria fazer sexo na varanda,

literalmente pendurada na varanda a olhar para a piscina. Ela disse-me que queria ter esse tipo de adrenalina, que era muito mais intenso assim, com o medo das alturas. Foi muito divertido. [John, 32 anos, solteiro].

Quando estamos em férias, não há nada combinado. Pode ser em casa, antes ou depois de sairmos... não há nada que nos force a ser naquele momento específico. No quotidiano, estamos sempre muito mais ocupados com os estudos, com a universidade, depois o facto de estudarmos em sítios diferentes, em cidades diferentes, o tempo é mais escasso e temos quase a certeza que vai ocorrer naquele momento porque temos pouco tempo para estarmos juntos. Quando estamos de férias já não estamos tão preocupados com isso, podemos usufruir à vontade. [Alice, 20 anos, solteira, mas numa relação].

Também para os inquiridos, a intensidade com que é vivida a sexualidade é maior durante o tempo de férias. São sobretudo os homens que mais concordam com expressões como "as férias são propícias à realização de fantasias amorosas ou sexuais" (67,6%, contra 54,2% de mulheres; $p=0,000$); "em férias tenho mais tempo livre para me dedicar ao amor e ao sexo" (75,2%, contra 68,3% de mulheres; $p=0,009$); e "em férias estou disposto(a) a envolver-me em práticas sexuais menos convencionais" (44,3%, contra 20,3% de mulheres; $p=0,000$).

A **frequência das relações sexuais** também é mencionada, seja em contexto conjugal ou em relacionamentos de namoro. De facto, o turismo e o tempo livre oferecem oportunidades para que as relações sexuais sejam mais frequentes:

[As relações sexuais são mais frequentes] quando estou a fazer turismo com o meu namorado, porque estamos juntos todos os dias. Lá nos Açores [local de residência] eu não durmo com ele todos os dias e não o vejo todos os dias. Então a frequência acaba por ser maior nas férias. [Beatriz, 23 anos, solteira, mas numa relação amorosa].

Estamos mais soltos, estamos mais libertos de preocupações, estamos a viver o momento descansadamente, aproveitando todas as oportunidades que surgem. Depois, se calhar, com uma saída para um jantar ou para ir ver o pôr do sol, as coisas que nós não temos tantas vezes no quotidiano, tudo isso leva a que haja mais amor, mais romance e mais sexo. [Diogo, 38 anos, vive maritalmente].

No caso dos inquiridos, foi-lhes pedido que indicassem a frequência com que tiveram relações sexuais nos seis meses que antecederam a viagem ao Algarve e também durante o período de férias na região. Os resultados mostram que nos últimos seis meses, a frequência de relações sexuais centrou-se sobretudo em 1 ou 2 vezes por semana (33,6% de homens e 38,2% de mulheres) ou entre 1 a 3 vezes por mês (17,6% de homens e 15,5% de mulheres), não havendo diferenças estatisticamente significativas entre os géneros ($p=0,373$).

Durante as férias no Algarve, a frequência de atividade sexual aumenta e as respostas são diferentes de acordo com o género dos respondentes ($p=0,000$): enquanto 19,2% dos homens admite ter sexo pelo menos 1 vez por dia ou mais do que 1 vez por dia (13,1%), apenas 17,0% e 6,8% das mulheres, respetivamente, admitem a mesma frequência. Inclusivamente, 23,2% das mulheres dizem que não tiveram qualquer atividade sexual durante as férias no Algarve.

A **dissolução de relacionamentos duradouros** é apontada pelos entrevistados como não tendo correlação com as férias fora de casa. Na sua opinião, a dissolução ocorre quando o relacionamento já está deteriorado e, nesse caso, as viagens de férias funcionam apenas um "ponto de viragem", ao permitirem enfatizar as diferenças entre as pessoas que, nesse contexto, passam mais tempo juntas:

Se a relação não está a correr muito bem ou se as pessoas estão muito habituadas às rotinas, talvez as férias possam fazer com que terminem a relação. Pode fazer-te pensar: porque é que eu estou com esta pessoa? Eu não gosto realmente dela (...). [Susana, 25 anos, solteira].

Depende da estrutura amorosa que se tenha, da solidez da relação. Se não for uma relação sólida, se não houver um amor franco... aí, as férias podem contribuir para a separação porque as pessoas distraem-se com outras coisas. Há muitos perigos que se avizinham e pode realmente estragar a relação. [Ana, 45 anos, viúva].

As respostas ao inquérito por questionário apontam na mesma direção, já que a maioria dos inquiridos (54,3%) discorda da afirmação "as férias podem contribuir para a separação dos casais". Contudo, entre os que concordam haver uma relação entre as férias e a dissolução dos relacionamentos (41,4%), a maioria pertence ao género masculino (46,0%, contra 37,4% de mulheres; $p=0,006$).

A **corporalidade**, embora seja a subcategoria menos mencionada pelos entrevistados, contribui também para o significado da Transição Sensorial/Sensual. De acordo com Selänniemi (2003), o turismo oferece a oportunidade para a manifestação da corporalidade humana, onde a sensualidade e o prazer são os principais protagonistas. Além disso, é importante notar que, em "*fato de banho*", o status físico ganha alguma importância sobre o *status social* (Gisolf, 2013). A manifestação da corporalidade é, de facto, uma das áreas mais interessantes para analisar a liminaridade em contexto turístico, justamente porque há um maior investimento no corpo, nos sentidos, na sensualidade e até na sexualidade (Johnston & Longhurst, 2010; Gisolf, 2013):

A pele está mais descoberta, vemos muitos biquínis e, na generalidade, as pessoas estão mais felizes. Estão mais abertas a conversar e a fazer coisas típicas de lugares quentes, como ir à praia ou simplesmente estar a relaxar [John, 32 anos, solteiro].

Sendo o Algarve um lugar quente, as pessoas vão à praia, estão mais despidas do que, à partida, remete um bocadinho para a sensualidade. É mais fácil olhar para o corpo da pessoa, a pessoa está mais despida e pode favorecer algum sentimento, não diria amoroso, mas de atração [Beatriz, 23 anos, solteira, numa relação amorosa].

É importante mencionar que a corporalidade é a única subcategoria com o mesmo número de referências codificadas para homens e mulheres (n=5), mostrando como é avaliada de forma semelhante por ambos os géneros (Connell, 1987; Crawford & Popp, 2003).

Existem, contudo, diferenças nas respostas ao inquérito que foram dadas por homens e mulheres à afirmação "*em férias tenho mais tempo para cuidar do meu corpo*" (p=0,001). São sobretudo as mulheres que mais concordam com esta afirmação (69,1%, contra 59,8% de homens). Este facto pode ser explicado pela tendência ainda acentuada de maior participação feminina em tarefas domésticas e familiares durante o quotidiano (Sagnier & Morell, 2019), pelo que as férias são encaradas como maior disponibilidade de tempo para cuidar do corpo através, por exemplo, da prática de desporto.

A **Transição Mental** foi a segunda categoria mais codificada (n=172). Para os participantes, o turismo significa também a possibilidade de mudar o estado de espírito, de se comportar de maneira completamente

diferente e de revelar características pessoais que o controlo social mantém ocultas durante o quotidiano (Selänniemi, 2003). Acima de tudo, significa a oportunidade para viver "experiências limite" (Weitman, 1998) e compartilhar o momento com indivíduos que estão na mesma situação (*communitas*) (Wagner, 1977). Classificando os aspetos que mais contribuem para a Transição Mental em contexto turístico, os mais relevantes são: Experiências limite (83,1%); *Communitas* (16,9%).

Durante o turismo, os indivíduos têm oportunidade de fazer coisas diferentes, de viver experiências que geralmente são negadas durante a vida quotidiana, ou seja, de viver **experiências limite**. Alguns autores referem comportamentos indisciplinares, transgressivos ou excessivos em contexto turístico, relacionados com um consumo inabitual de alimentos, álcool ou drogas (Dahles, 1998; Koc, 2013; Shields, 1990). Nesse sentido, os entrevistados revelam que um dos comportamentos mais comuns em contexto turístico é precisamente o consumo excessivo de álcool, que está intimamente relacionado com as práticas sexuais:

O excesso de álcool ou algum género de abusos propicia que as pessoas se envolvam mais facilmente, que seja muito mais fácil passarem a noite juntos. As pessoas ficam mais desinibidas [Filipe, 24 anos, solteiro].

Eu acho que o álcool põe a pessoa mais desinibida e mais oferecida, isto é a realidade. É muito mais fácil seduzir uma mulher se ela estiver sob o efeito de álcool [Inês, 28 anos, solteira].

O turismo pode também implicar o uso de drogas recreativas, embora este seja menos referido pelos participantes do que o consumo de álcool. Ainda assim, são os homens que admitem um consumo mais elevado destas substâncias durante as férias, reconhecendo, ao mesmo tempo, que este consumo está ligado a uma maior propensão para a atividade sexual e, portanto, para mais comportamentos de risco (Josiam et al., 1998): 63,6% dos homens inquiridos admitem que bebem mais durante as férias contra 57,1% de mulheres (p=0,000) e 16,5% dos homens revelam consumir mais drogas durante as férias contra 5,0% de mulheres (p=0,000).

Os comportamentos de risco ligados à sexualidade foram analisados em relação à vontade de ter múltiplos parceiros, de estar disponível para ter relações sexuais sem preservativo ou admitir recorrer ao sexo pago (à prostituição). Apesar dos discursos

terem sido codificados de maneira semelhante (em termos do número de referências), os resultados mostram uma maior tendência para o envolvimento sexual com múltiplos parceiros, do que a vontade de ter relações sexuais sem preservativo ou de recorrer à prostituição. É importante notar que o desejo de envolvimento sexual com múltiplos parceiros é assumido sobretudo pelos homens:

Estão aí duas ou três amigas, é uma questão de combinarmos. Acho que é possível. [Manuel, 43 anos, divorciado].

Não. Isso é por causa do meu sistema de valores. Acho que um, muito bem. Se gostar, se achar graça. É concretizar uma atração, eleva a autoestima..., mas dois, acho que começo a olhar para mim própria de uma forma diferente e não me sinto bem. E isto tem tudo a ver com a sociedade, com a maneira como os outros me veem e me julgam. Tem influência na percepção que nós temos sobre nós próprios. [Maria, 22 anos, solteira].

No caso dos inquiridos, são mais os homens que concordam com as seguintes afirmações: "em férias estou disposto(a) a ter mais de um(a) parceiro(a) sexual" (37,5%, contra 10,2% de mulheres; $p=0,000$); "em férias estou disposto(a) a ter relações sexuais sem preservativo" (26,5%, contra 10,9% de mulheres; $p=0,000$); e "em férias estou disposto(a) a pagar por serviços sexuais" (14,8%, contra 4,0% de mulheres; $p=0,000$).

O sentimento de *communitas* também foi mencionado pelos participantes como um aspeto significativo da liminaridade em contexto turístico. Significa um intenso sentimento de comunhão, igualdade e proximidade entre indivíduos que compartilham o mesmo espaço-tempo. No entanto, para os entrevistados, o sentimento de *communitas* significa, acima de tudo, que existe uma confiança maior entre as pessoas durante a experiência turística. O facto de estarem menos preocupados com a vida e de existir um maior esbatimento das desigualdades sociais, facilita este sentimento de confiança:

As pessoas que se encontram num ambiente de verão, num ambiente de férias, estão todas num registo muito semelhante, que é desfrutar do ambiente, do tempo, do sol, dos amigos, da comida... como os elementos comuns são maiores, acaba por, tendencialmente, haver uma predisposição maior para essas situações [de confiança] [Bruno, 46 anos, divorciado, numa relação amorosa].

Para os inquiridos, o sentimento de *communitas* manifesta-se não só numa maior confiança, como na vontade de fazer novos amigos. Os homens são os que demonstram confiar mais noutras pessoas durante as férias fora de casa, já que 30,2% concordam com a afirmação "em férias costumo confiar mais nas outras pessoas" (apenas 20,4% das mulheres concordam com esta expressão; $p=0,000$). No que toca a fazer novos amigos, as mulheres revelam uma propensão ligeiramente superior, ao concordarem com a expressão "as férias são o momento ideal para fazer novos amigos" (80,8%, contra 80,3% de homens; $p=0,006$).

A **Transição Espacial/Temporal** foi a terceira categoria codificada ($n=164$). Significa a transição em termos de espaço, quando a pessoa sai de casa e chega a um destino turístico, e a transição em termos de tempo, longe dos horários do trabalho, da casa e da rotina. No destino turístico, o tempo deixa de ser uma referência ou, pelo menos, é um tempo diferente, onde tudo pode ser experimentado mais lentamente (Wagner, 1977; Selänniemi, 2003). Segundo os entrevistados, as características que mais contribuem para a transição espacial e temporal em contexto turístico são:

- A compressão do tempo (23,8%);
- O afrouxamento do controlo social/anonimato (23,8%);
- O papel da indústria turística (19,5%);
- Sol e mar (17,1%);
- As características de destino (15,8%).

A **compressão do tempo** é a expressão que utilizamos para designar o facto de o tempo em férias ser vivido de uma forma diferente do tempo do quotidiano. De facto, no que diz respeito às experiências românticas e sexuais, o tempo de férias é percebido como limitado, portanto, algumas das etapas ditas "normais" são geralmente eliminadas:

Eu acho que é um pouco diferente nas férias porque realmente não se tem tempo para todos esses passos. Acho que é um pouco mais rápido quando se está de férias. Conheces alguém, estás com vontade de curtir naquela noite, no dia seguinte encontram-se na praia (...). Têm de acelerar o romance um pouco mais. O sexo, provavelmente, também acontece mais rápido. Quando não se está de férias ou quando se mora no mesmo país da outra pessoa, penso que é tudo um pouco mais lento [Susana, 25 anos, solteira].

Também os respondentes ao inquérito concordam que *"nas relações estabelecidas durante as férias tudo acontece de forma mais rápida"* (77,9% de homens e 71,2% de mulheres; $p=0,010$) e *"em férias as relações fazem-se e desfazem-se mais depressa"* (63,3% de homens e 55,6% de mulheres; $p=0,005$).

O **afrouxamento do controlo social/ anonimato** é outro aspeto importante da Transição Espacial/Temporal em contexto turístico. Segundo os entrevistados, este afrouxamento do controlo social está relacionado sobretudo com o facto de os turistas se moverem numa estrutura social que não é a sua, o que lhes permite anonimato e maior liberdade de ação. Este afrouxamento do controlo social, assim como o anonimato conferido pelo destino turístico, permitem que também na esfera da sexualidade, as coisas sejam vividas de maneira mais descontraída e liberal (Marques & Lança, 2016; Zhang & Xu, 2019):

Lá [local de residência] toda a gente me conhece e costumam apontar "já esteve com esta e com aquela". Aqui não. Estou só com eles [amigos] mas eles também não vão contar porque eles fazem o mesmo [risos] [Pedro, 21 anos, solteiro].

A generalidade dos inquiridos tende a concordar com expressões como *"em férias sinto-me mais desinibido(a) e faço o que não faria no dia a dia"* (65,1% de homens e 61,1% de mulheres; $p=0,056$); *"em férias ninguém me conhece, logo posso fazer o que quero"* (42,2% de homens e 35,4% de mulheres; $p=0,416$); *"em férias tudo é permitido"* (27,5% de homens e 19,7% de mulheres; $p=0,010$); *"em férias não há ninguém para me censurar/criticar"* (33,4% de homens e 29,7% de mulheres; $p=0,012$). Da observação destas respostas resulta que, embora as diferenças não sejam muito expressivas, são os homens que tendem a avaliar as férias fora de casa como momentos de maior libertação, durante os quais quase tudo é permitido.

O **papel exercido pela indústria turística** tem sido destacado, por diversos autores, como sendo um dos principais impulsionadores dos encontros românticos e sexuais em contexto turístico (McKercher & Bauer, 2003; Oppermann, 1999; Ryan, 2000; Zhang & Xu, 2019). De facto, a indústria turística fornece os lugares, as infraestruturas e até, em certos casos, os parceiros sexuais.

Nesta pesquisa, os entrevistados referem que o papel facilitador da indústria turística se relaciona sobretudo com a vida noturna. A frequência de bares e discotecas, o consumo de bebidas alcoólicas (ou outras substâncias) possui, na sua opinião, uma relação

estreita com a maior disponibilidade para ter relações sexuais. Na opinião dos participantes, a vida noturna e o consumo de álcool ultrapassam outras formas de entretenimento no que diz respeito à procura de sexo casual:

O excesso de álcool, o calor do momento, o convívio entre as pessoas e o facto de as pessoas não serem conhecidas nos destinos de férias. Tudo isso faz com que as pessoas fiquem mais desinibidas e com maior à-vontade [Rodrigo, 30 anos, casado].

Acho que o álcool é um grande impulsionador para as pessoas interagirem com outras pessoas que estão de férias. Não digo necessariamente ao nível do romance, mas do sexo certamente. As pessoas tornam-se mais promíscuas quando consomem álcool. [Susana, 25 anos, solteira].

Também os respondentes do inquérito parecem concordar com a relação entre a indústria turística e os encontros de cariz sexual. A grande maioria concorda com as seguintes afirmações: *"a vida noturna, os bares e o consumo de álcool estimulam o desejo sexual"* (71,6% de homens e 65,9% de mulheres; $p=0,000$); *"a animação noturna facilita os encontros sexuais"* (72,4% de homens e 69,8% de mulheres; $p=0,000$); e *"é nos bares e discotecas que se encontram parceiros sexuais"* (60,0% de homens e 56,2% de mulheres; $p=0,000$).

Para além dos aspetos mencionados, os inquiridos concordam também que *"a estadia em hotéis e apartamentos turísticos facilita o encontro de parceiros sexuais"* (52,7% de homens e 38,1% de mulheres; $p=0,000$). Em todos os casos, os homens revelam maiores níveis de concordância.

O sol e o mar são uma das principais atrações do Algarve, sendo a razão pela qual tantos turistas escolhem a região para fazer férias (Hobson & Dietrich, 1994; PENT, 2012; Silva, 2019). Simultaneamente, como é declarado pelos entrevistados, a praia, enquanto espaço liminar (Preston & Whyte, 2004), é um lugar privilegiado para conhecer pessoas e fazer novos amigos:

A praia é um bom local para conhecermos pessoas para mais tarde, à noite, irmos sair com elas [Afonso, 18 anos, solteiro].

A generalidade dos inquiridos concorda com a afirmação: *"o calor, o sol e o mar estimulam o desejo e a paixão"* (84,5% de homens e 80,2% de mulheres; $p=0,000$), pelo que podemos observar uma relação estreita entre estes elementos e as práticas românticas/sexuais

Além do sol e do mar, **outras características do destino** são apontadas pelos entrevistados, como os recursos naturais, o clima e o ambiente romântico e descontraído. Todos esses recursos contribuem, na sua opinião, para os encontros românticos e sexuais:

Eu vivo num país (Escócia) onde a temperatura é diferente, o clima é diferente e realmente as pessoas fecham-se mais em todos os sentidos. Fecham-se mais em casa, são mais fechadas também. Aqui, principalmente no Algarve, onde há imensas festas e o que isso envolve, nomeadamente álcool e outras coisas que libertam mais, é mais fácil desenvolver-se qualquer coisa [relacionamentos de férias] [Matilde, 27 anos, solteira, numa relação amorosa].

Todo o ambiente romântico que existe aqui [no Algarve], com o pôr do sol, o calor, tudo é maravilhoso. Eu diria que quando as pessoas estão mais felizes acabam por socializar mais. Isso acontece mais aqui do que em Inglaterra, por exemplo. Parece tudo mais romântico aqui. [Emma, 27 anos, solteira].

Para além das subcategorias enunciadas, outra característica apontada pelos entrevistados é a **presença de várias nacionalidades** na região, o que introduziu uma nova dimensão na análise dos relacionamentos de férias no Algarve. Esta dimensão não foi prevista inicialmente pelos investigadores, uma vez que os fenómenos do "sexotismo", "relações etnossexuais" ou atração pelo "outro exótico" (Michel, 2009) têm sido analisados no que respeita às assimetrias económicas e de poder entre os turistas e os seus parceiros sexuais, em regiões pobres do globo (Altman, 2001; Bandyopadhyay & Nascimento, 2010). Apesar de não ter sido incluída nos instrumentos de inquirição, evidenciou-se na análise dos discursos diretos, exaltando a sua importância. Tal como afirma Michel (2009), o "sexotismo" - a combinação do sexo com o exotismo - designa um tipo de tendência crescente que consiste em buscar o prazer sexual com pessoas de diferentes culturas e não está necessariamente associado ao turismo sexual.

Da mesma forma, os resultados deste estudo mostram que a nacionalidade ou a cultura são dimensões importantes da articulação entre a sexualidade e o turismo, mesmo fora do "paradigma do turismo sexual":

O Algarve acaba por ser uma mistura de culturas diferentes, há pessoas de todo o mundo que vêm para cá passar férias e as pessoas acabam por

querer conhecer outras pessoas. Eu acho que para quem quer conhecer outras pessoas, ter aventuras, o Algarve é o sítio ideal [Bárbara, 34 anos, casada].

5 CONCLUSÕES

Os resultados deste estudo mostram claramente, por um lado, que o Algarve não é um destino de turismo sexual, o que significa que os turistas não procuram a região com o objetivo de participarem em relações sexuais comerciais. De facto, a grande maioria dos participantes nesta pesquisa nega veementemente o recurso ao sexo pago. Admitem que escolhem o Algarve principalmente pelo clima e pelas praias, embora também apreciem a atmosfera festiva, o relaxamento e a oportunidade de ter relações sexuais ou românticas durante as férias. Por outras palavras, os resultados sublinham a existência de uma forte relação entre as viagens de férias e os encontros românticos e sexuais, muito para além dos limites estreitos do trabalho sexual.

Por outro lado, a investigação que aqui se apresenta demonstra que as perspectivas e as práticas dos turistas em relação ao romance e ao sexo durante as férias são, de algum modo, "extraordinárias". A frequência e a intensidade das relações sexuais durante as férias são maiores quando comparadas com a vida quotidiana, devido à ausência de rotinas, ao anonimato e ao afrouxamento do controlo social. Quando entram na dimensão liminar da viagem turística, os indivíduos têm a oportunidade de viver "experiências limite", que podem incluir um maior consumo de álcool ou de drogas, o envolvimento com múltiplos parceiros sexuais e a partilha de momentos únicos com indivíduos que se encontram na mesma situação (o sentimento de *communitas*).

Os resultados revelam, ainda, comportamentos e perspectivas diferentes de acordo com o género dos respondentes. O duplo padrão sexual, embora algo atenuado, continua a restringir perspectivas e práticas no que respeita à sexualidade e sobressai sobretudo ao nível dos discursos femininos. Assim, a vontade de ter relacionamentos de férias, sexo com um parceiro ocasional ou com vários parceiros, constitui essencialmente parte do desejo masculino. Por oposição, as mulheres idealizam o momento das férias sobretudo como uma oportunidade para passar mais tempo com os parceiros habituais, para consolidar e revigorar esses relacionamentos.

A indústria turística do Algarve pode, se assim o entender, explorar o potencial romântico e erótico que a viagem a esta região parece representar. Exemplos podem incluir relações de parceria empresarial para a criação de “pacotes” de lua-de-mel e casamentos, “escapadinhas” românticas, *turismo gay friendly*, programas direcionados para casais, etc.

Em suma, é possível assumir que, nas férias no Algarve, o romance e o sexo desempenham um papel não negligenciável, tanto no que toca ao fortalecimento dos relacionamentos existentes, quanto no que respeita à procura de relacionamentos ocasionais que, apesar de poderem ser de curta duração, são consensuais e normalmente não pecuniários.

Este artigo procura contribuir para a literatura já existente sobre a relação entre o turismo e a sexualidade, ao demonstrar claramente que essa relação não se esgota nas características negativas e traumáticas associadas à mercantilização sexual, como tem sido defendido dentro do “paradigma do turismo sexual”.

As características de liminaridade do turismo oferecem oportunidades para os indivíduos terem relações sexuais ou participarem em romances de uma forma mais descontraída, longe de casa e dos constrangimentos da vida quotidiana, o que não está necessariamente associado à mercantilização do sexo em contexto turístico. O amor, o romance, o erotismo e a sexualidade humana durante as férias e o lazer, não apenas podem como devem ser estudados, de preferência fora das lógicas assimétricas e de dominação próprias do “paradigma do turismo sexual”.

REFERÊNCIAS

- Agustín, L. (2010). The (crying) need for different kinds of research. In M. Ditmore, A. Levy & A. Willman (Eds.), *Sex Work Matters: Exploring Money, Power, and Intimacy in the Sex Industry* (pp. 23-27). Londres: Zed Books.
- Altman, D. (2001). *Global Sex*. Chicago: University of Chicago Press.
- Bandyopadhyay, R., & Nascimento, K. (2010). “Where fantasy becomes reality”: how tourism forces made Brazil a sexual playground. *Journal of Sustainable Tourism*, 18(8), 933-949.
- Bardin, L. (1997). *Análise de Conteúdo*. Lisboa: Edições 70.
- Berdychevsky, L., Gibson, H., & Poria, Y. (2013). Women’s sexual behavior in tourism: loosening the bride. *Annals of Tourism Research*, 42, 65-86.
- Bourdieu, P. (2001). *Masculine Domination*. California: Stanford University Press.
- Bozon, M. (2004). *Sociologia da Sexualidade*. Rio de Janeiro: Editora FGV.
- Brents, B., Jackson, C., & Hausbeck, K. (2010). *The State of Sex: Tourism, Sex, and Sin in the New American Heartland*. Nova Iorque: Routledge.
- Bryman, A. (1992). Quantitative and qualitative research: further reflections on their integration. In J. Brannen (Ed.), *Mixing Methods: Quantitative and Qualitative Research* (pp. 57-80). Aldershot: Avebury.
- Butler, J. (1999). *Gender Trouble: Feminism and Subversion of Identity*. Londres: Routledge.
- Butler, J. (2011). *Bodies That Matter: On the Discursive Limits of Sex*. Londres: Routledge.
- Cabezas, A. (2004). Between love and money: sex, tourism, and citizenship in Cuba and the Dominican Republic. *Signs*, 29(4), 987-1015.
- Cabezas, A. (2009). *Economies of Desire: Sex and Tourism in Cuba and the Dominican Republic*. Filadélfia: Temple University Press.
- Carr, N., & Poria, Y. (2010). Introduction: provision, marketing and consumption of sex and the sexual in the leisure and tourism environment. In N. Carr & Y. Poria (Eds.), *Sex and the Sexual During People’s Leisure and Tourism Experiences* (pp. 1-16). Newcastle: Cambridge Scholars Publishing.
- Carter, S., & Clift, S. (2000). Tourism, international travel and sex: themes and research. In S. Clift & S. Carter (Eds.), *Tourism and Sex: Culture, Commerce and Coercion* (pp. 1-19). Londres: Pinter.
- Cohen, E. (1982). Thai girls and farang men: the edge of ambiguity. *Annals of Tourism Research*, 9, 403-428.
- Connell, R. W. (1987). *Gender and Power*. California: Stanford University Press.
- Coutinho, C. (2016). *Metodologia de Investigação em Ciências Sociais e Humanas: Teoria e Prática*. 2ª Edição. Coimbra: Almedina.
- Crawford, M., & Popp, D. (2003). Sexual double standards: a review and methodological critique of two decades of research. *The Journal of Sex Research*, 40(1), 13-26.
- Creswell, J. (2015). *Educational Research: Planning, Conducting, and Evaluating Quantitative and Qualitative Research*. 5ª Edição. Nova Jersey: Pearson Education, Inc.
- Dahles, H. (1998). Redefining Amsterdam as a tourist destination. *Annals of Tourism Research*, 25(1), 55-69.
- Dahles, H., & Bras, K. (1999). Entrepreneurs in romance: tourism in Indonesia. *Annals of Tourism Research*, 26(2), 267-293.
- De Albuquerque, K. (1998). Sex, beach boys and female tourists in the Caribbean. In B. M. Dank & R. Refinetti (Eds.), *Sexuality and Culture* (pp. 87-111). Nova Jersey: New Brunswick.

- Denzin, N. (1989). *The Research Act*. 3ª Edição. Nova Jersey: Prentice Hall.
- Durkheim, E. (1914). Le dualisme de la nature humaine et ses conditions sociales. *Scientia*, 15, 206-221.
- Ellis, A. (2003). *Sex Without Guilt in the 21st Century*. Nova Jersey: Barricade Books.
- ERTA (2012). *Demografia e Geografia do Algarve*. Faro: Entidade Regional de Turismo do Algarve. Disponível em: <http://www.visitalgarve.pt/visit Algarve/vPT/DescubraARegiao/99/Demografia+e+Geografia/>.
- Farvid, P., Braun, V., & Rowney, C. (2017). 'No girl wants to be called a slut!': women, heterosexual casual sex and the sexual double standard. *Journal of Gender Studies*, 26(5), 544-560.
- Ferreira, P. M. (2010). A actividade sexual: frequência, regularidade e inactividade. In P. M. Ferreira & M. V. Cabral (Orgs.), *Sexualidades em Portugal: Comportamentos e Riscos* (pp. 19 – 54). Lisboa: Bizâncio.
- Flick, U. (1992). Triangulation revisited: strategy of or alternative to validation of qualitative data. *Journal for the Theory of Social Behavior*, 22, 175-197.
- Flick, U. (2014). *An Introduction to Qualitative Research*. 5th Edition. Londres: Sage.
- Foucault, M. (1977). *Discipline and Punish: The Birth of the Prison*. Londres: A. Lang.
- Frank, K. (2007). Playcouples in paradise: touristic sexuality and lifestyle travel. In M. Padilla, J. Hirsh, M. Laboy, R. Sember & R. Parker (Eds.), *Love and Globalization: Transformations of Intimacy in the Contemporary World* (pp. 163-185). Nashville: Vanderbilt University Press.
- Franklin, A. (2003). *Tourism: An Introduction*. Londres: Sage.
- Frohlick, S. (2010). The sex of tourism? Bodies under suspicion in paradise. In J. Scott & T. Selwyn (Eds.), *Thinking Through Tourism* (pp. 51-70). Nova Iorque: Berg.
- Gagnon, J., & Simon, W. (1974). *Sexual Conduct. The Social Sources of Human Sexuality*. Chicago: Aldine Publishing.
- Giddens, A. (1992). *The Transformation of Intimacy: Sexuality, Love & Eroticism in Modern Societies*. Cambridge: Polity Press.
- Gisolf, M. (2013). Liminality and tourism. *Tourism Theories*. Disponível em: <http://www.tourismtheories.org/?p=700>.
- Graburn, N. (1977). Tourism: the sacred journey. In V. Smith (Ed.), *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism* (pp. 17-31). Filadélfia: University of Pennsylvania Press.
- Guerra, I. (2010). *Pesquisa Qualitativa e Análise de Conteúdo: Sentidos e Formas de Uso*. Cascais: Príncipe Editora.
- Herold, E., Garcia, R., & DeMoya, T. (2001). Female tourists and beach boys: romance or sex tourism? *Annals of Tourism Research*, 28(4), 978-997.
- Hobson, J., & Dietrich, U. (1994). Tourism, health and quality of life: challenging the responsibility of using the traditional tenets of sun, sea, sand and sex in tourism marketing. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 3(4), 21-38.
- Howe, K. (1992). Getting over the quantitative-qualitative debate. *American Journal of Education*, 100(2), 236-256.
- INE (2012). *Censos 2011 Resultados Definitivos - Portugal*. Lisboa: Instituto Nacional de Estatística, I.P.
- INE (2017). *Estatísticas do Turismo 2016*. Lisboa: Instituto Nacional de Estatística, I.P.
- INE (2018). *Estatísticas do Turismo 2017*. Lisboa: Instituto Nacional de Estatística, I.P.
- Jackson, S., & Scott, S. (2002). *Gender: A Sociological Reader*. Londres: Routledge.
- Jackson, S., & Scott, S. (2004). Sexual antinomies in late modernity. *Sexualities*, 7(2), 233-248.
- Jafari, J. (1987). Tourism models: the sociocultural aspects. *Tourism Management*, 8(2), 151-159.
- Jeffreys, S. (2003). Sex tourism: do women do it too? *Leisure Studies*, 22(3), 223-238.
- Johnston, L. & Longhurst, R. (2010). *Space, Place and Sex: Geographies of Sexualities*. Maryland: Rowman & Littlefield Publishers.
- Jordan, F., & Aitchison, C. (2008). Tourism and the sexualisation of the gaze: solo female tourists' experiences of gendered power, surveillance and embodiment. *Leisure Studies*, 27(3), 329-349.
- Josiam, B., Hobson, J., Dietrich, U., & Smeaton, G. (1998). An analysis of the sexual, alcohol and drug related behavioural patterns of students on spring break. *Tourism Management*, 19(6), 501-513.
- Kalish, R., & Kimmel, M. (2011). Hooking up: hot hetero sex or the new numb normative? *Australian Feminist Studies*, 26, 137-151.
- Kelle, U. & Erzberger, C. (2004). Quantitative and qualitative methods: no confrontation. In U. Flick, E. Kardorff & I. Steinke (Eds.), *A Companion to Qualitative Research* (pp. 172-177). Londres: Sage.
- Kempadoo, K. (Ed.) (1999). *Sun, Sex and Gold: Tourism and Sex Work in the Caribbean*. Oxford: Rowman & Littlefield Publishers.
- Kinsey, A. (1998 [1953]). *Sexual Behavior in the Human Female*. California: Indiana University Press.
- Koc, E. (2013). Inversionary and liminoid consumption: gluttony on holidays and obesity. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 30, 825-838.
- Lança, M., Marques, J. F. & Valle, P. (2017). Understanding the relationships between romance, sex and liminoid experiences in tourism context: a structural modelling approach. *Tourism & Management Studies*, 13(1), 18-26.
- Lança, M. & Ribeiro, F. B. (2020). Tourism and sex outside the "sex tourism paradigm": tourists' perspectives and practices in a sun and beach destination. In Pinto, P., & Guerreiro, M. (Eds.), *Handbook of Research on Resident and Tourist Perspectives on Travel Destinations* (pp. 361-388). Hershey, PA: IGI Global.

- Marques, J. F. (2016). Sun, sand, sea and sex, tourism. In J. Jafari & X. Honggen (Eds.), *Encyclopedia of Tourism*. Springer.
- Marques, J. F. & 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): 7-22.
- McCracken, G. (1988). *The Long Interview*. California: Sage.
- 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* (pp. 3–18). Nova Iorque: The Haworth Hospitality Press.
- Michaud, Yves (2013) Préface. In Origet du Cluzeau, C. (Dir.) *Amours et Tourisme* (pp. 9-13). Paris: L'Harmattan.
- Michel, F. (2009). *Planeta Sexo. Turismos Sexuais, Mercantilização e Desumanização dos Corpos*. Lisboa: Campo das Letras.
- Miles, M. & Huberman, A. (1994). *Qualitative Data Analysis*. 2ª Edição. Thousand Oaks: Sage.
- Milhausen, R., & Herold, E. (1999). Does the sexual double standard still exist? Perceptions of university women. *The Journal of Sex Research*, 36(4), 361-368.
- Newman, I. & Benz, C. (1998). *Qualitative-Quantitative Research Methodology: Exploring the Interactive Continuum*. EUA: Southern Illinois University Press.
- Nicolson, P., & Burr, J. (2003). What is 'normal' about women's (hetero)sexual desire and orgasm? A report of an in-depth interview study. *Social Science & Medicine*, 57(9), 1735-1745.
- O'Connell-Davidson, J. (2001). The sex tourist, the expatriate, his ex-wife and her 'other: The politics of loss, difference and desire. *Sexualities*, 4, 5-24.
- Oppermann, M. (Ed.) (1998). *Sex Tourism and Prostitution: Aspects of Leisure, Recreation and Work*. Nova Iorque: Cognizant Communication Corporation.
- Oppermann, M. (1999). Sex tourism. *Annals of Tourism Research*, 26(2), 251–266.
- PENT (2012). *Plano Estratégico Nacional de Turismo: Horizonte 2013-2015*. Lisboa: Ministério da Economia e da Inovação.
- Pestana, M. H. & Gageiro, J. N. (2005). *Análise de Dados para Ciências Sociais: A Complementaridade do SPSS*. 4ª Edição. Lisboa: Edições Sílabo.
- Piscitelli, A. (2004). On «gringos» and «natives»: gender and sexuality in the context of international sex tourism in Fortaleza, Brazil. *Vibrant*, 1(1/2), 87-114.
- [Preston-Whyte](#), R. (2004). The beach as a liminal space. In A. Lew, C. Hall & A. Williams (Eds.), *A Companion to Tourism* (pp. 349-359). Oxford: Blackwell Publishing Ltd.
- Pruitt, D., & LaFont, S. (1995). For love and money: romance tourism in Jamaica. *Annals of Tourism Research*, 22(2), 422–440.
- Ribeiro, F., & Sacramento, O. (2006). A ilusão da conquista: sexo, amor e interesse entre *gringos* e *garotas* em Natal (Brasil). *Cronos*, 7(1), 161-172.
- Ribeiro, M., Silva, M. C., Schouten, J., Ribeiro, F., & Sacramento, O. (2007). *Vidas na Raia: Prostituição Feminina em Regiões de Fronteira*. Oporto: Edições Afrontamento.
- Ryan, C. (2000). Sex tourism: paradigms of confusion? In S. Clift & S. Carter (Eds.), *Tourism and Sex: Culture, Commerce and Coercion* (pp. 23-40). Londres: Cassel.
- Ryan, C., & Hall, M. (2001). *Sex Tourism: Marginal People and Liminalities*. Londres: Routledge.
- Ryan, C., & Kinder, R. (1996). Sex, tourism and sex tourism: fulfilling similar needs? *Tourism Management*, 17(7), 507-518.
- Sagnier, L. & Morell, A. (2019). *As Mulheres em Portugal, Hoje: Quem São, o que Pensam e o que Sentem*. Lisboa: Fundação Francisco Manuel dos Santos.
- Sanchez-Taylor, J. (2000). Tourism and "embodied" commodities: Sex tourism in the Caribbean. In S. Clift & S. Carter (Eds.), *Tourism and Sex: Culture, Commerce and Coercion* (pp. 41–53). Londres: Pinter.
- Selänniemi, T. (2003). On holiday in the liminoid playground: place, time, and self in tourism. In T. Bauer & B. McKercher (Eds.), *Sex and Tourism. Journeys of Romance, Love and Lust* (pp. 19-31). Nova Iorque: The Haworth Hospitality Press.
- Shields, R. (1990). The 'system of pleasure': liminality and the carnivalesque at Brighton. *Theory, Culture & Society*, 7, 39-72.
- Silva, J. A. (2019). O turismo no Algarve. Desafios em tempos de incerteza – Parte I. *Sulinformação*, 3 de janeiro de 2019. Disponível em: <https://www.sulinformacao.pt/2019/01/o-turismo-no-algarve-desafios-em-tempos-de-incerteza-parte-i/>.
- Tashakkori, A. & Teddlie, C. (Eds.) (2010). *Handbook of Mixed Methods in Social & Behavioral Research*. 2ª Edição. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Trauer, B., & Ryan, C. (2005). Destination image, romance and place – an application of intimacy theory in tourism. *Tourism Management*, 26, 481-491.
- Turner, V. (1974a). *Dramas, Fields & Metaphors. Symbolic Action in Human Societies*. Nova Iorque: Cornell University Press.
- Turner, V. (1974b). *O Processo Ritual. Estrutura e Anti-Estrutura*. Persépolis: Vozes.
- Van Gennep, A. (1960 [1909]). *The Rites of Passage. A Classical Study of Cultural Celebrations*. Chicago: University of Chicago Press.
- Wagner, U. (1977). Out of time and place: mass tourism and charter trips. *Ethnos*, 42(1-2), 38–52.
- Weitman, S. (1998). On the elementary forms of the socioerotic life. *Theory, Culture & Society*, 15(3-4), 71-110.

Zhang, H., & Xu, H. (2019). A structural model of liminal experience in tourism. *Tourism Management*, 71, 84-98.

AGRADECIMENTOS

Texto elaborado com recurso a Fundos Nacionais providenciados pela Fundação para a Ciência e a Tecnologia/FCT (Portugal), via Projeto UIDB/04020/2020.

Processo Editorial / Editorial Process / Proceso Editorial

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

Recebido / Received / Recibido: 11.06.2020; Revisado / Revised / Revisado: 07.12.2020; Aprovado / Approved / Aprobado: 17.12. 2020; Publicado / Published / Publicado (online): 28.12.2020.