



FENOMENOLOGIA DO TURISMO: UMA ABORDAGEM INTEGRADA

PHENOMENOLOGY OF TOURISM: AN INTEGRATED APPROACH

FENOMENOLOGÍA DEL TURISMO: UN ENFOQUE INTEGRADO



ISSN
2594-8407

Licenciada por Creative Commons 4.0 / Internacional CC BY 4.0

Diego Luiz Teixeira Boava - UFOP *1
Fernanda Maria Felicio Macedo – UFOP *2
Raoni de Oliveira Inácio – UFOP *3

Submetido em: 19/07/2025
Aprovado em: 30/08/2025
Avaliado em pares
Editor: Izac Bonfim

RESUMO

Este estudo desenvolve uma compreensão integrada da experiência turística em perspectiva fenomenológica, examinando como múltiplas dimensões se articulam para constituir vivência transformadora que transcende a visita. O artigo propõe um arcabouço teórico que conecta temporalidade, espacialidade, intersubjetividade, estética e a dialética liberdade-limitação como estruturas essenciais, superando abordagens fragmentadas da literatura. Os conceitos centrais abrangem: “temporalidade extraordinária” (ruptura do tempo cotidiano pela intensificação do presente); “corporeidade turística” (adaptação sensório-perceptiva); “estratificação do encontro cultural” (camadas de interação com a alteridade); “autenticidade dialética” (síntese entre busca de autenticidade e mediações tecnológicas); “horizonte estético dinâmico” (reconfiguração da percepção do belo); e “paradoxalidade da liberdade turística” (tensão entre escape e novas restrições). Tais conceitos articulam-se à fenomenologia husserliana da consciência intencional, em diálogo com Heidegger (temporalidade existencial), Merleau-Ponty (corporeidade), Schütz (intersubjetividade), Levinas (alteridade ética) e contribuições contemporâneas. Metodologicamente, a pesquisa adota abordagem ensaística teórica, combinando análise fenomenológica das estruturas essenciais da experiência com revisão bibliográfica especializada e articulação conceitual entre filosofia fenomenológica e estudos do turismo. Os achados indicam que a experiência turística configura um “modo de estar-no-mundo” com cinco dimensões ontológicas interconectadas, que se manifestam simultaneamente e reconfiguram horizontes perceptivos e culturais do sujeito. O estudo conclui que a busca por autenticidade demanda compreensão dialética que transcenda a dicotomia autêntico/inautêntico e reconheça a mediação tecnológica e cultural como inevitável. As contribuições incluem novos conceitos para os estudos fenomenológicos do turismo e uma abordagem metodológica integrada que supera análises setoriais. Em

FENOMENOLOGIA DO TURISMO: UMA ABORDAGEM INTEGRADA

termos práticos, o trabalho oferece diretrizes para concepção de produtos alinhados a experiências transformadoras e para práticas mais éticas e sustentáveis no setor. Para a gestão pública, indica-se equilibrar inovação e ética relacional no cuidado com territórios e comunidades. O recorte conceitual refina métricas de avaliação da experiência turística e simbólica. Identificam-se limites, trilhas futuras e aplicações pedagógicas no ensino e na gestão turística.

Palavras-Chave: Experiência; Sentido; Fenomenologia.

ABSTRACT

This study develops an integrated understanding of the tourist experience from a phenomenological perspective, examining how multiple dimensions articulate to constitute a transformative experience that transcends mere visitation. The article proposes a theoretical framework that connects temporality, spatiality, intersubjectivity, aesthetics, and the freedom-limitation dialectic as essential structures, overcoming fragmented approaches in the literature. The central concepts comprise: “extraordinary temporality” (a rupture with everyday time through the intensification of the present); “tourist corporeality” (sensory-perceptual adaptation); “stratification of cultural encounter” (layers of interaction with alterity); “dialectical authenticity” (synthesis between the search for authenticity and technological mediations); “dynamic aesthetic horizon” (reconfiguration of the perception of the beautiful); and the “paradoxicality of tourist freedom” (tension between escape and new constraints). These concepts are articulated with Husserlian phenomenology of intentional consciousness, in dialogue with Heidegger (existential temporality), Merleau-Ponty (corporeality), Schütz (intersubjectivity), Levinas (ethical alterity), and contemporary contributions. Methodologically, the research adopts a theoretical essay approach, combining phenomenological analysis of the essential structures of experience with a specialized literature review and conceptual articulation between phenomenological philosophy and tourism studies. The findings indicate that the tourist experience configures a “mode of being-in-the-world” with five interconnected ontological dimensions that manifest simultaneously and reconfigure the subject’s perceptual and cultural horizons. The study concludes that the pursuit of authenticity demands a dialectical understanding that transcends the authentic/inauthentic dichotomy and recognizes technological and cultural mediation as inevitable. Contributions include new concepts for phenomenological studies of tourism and an integrated methodological approach that overcomes sectoral analyses. In practical terms, the work offers guidelines for the design of products aligned with transformative experiences and for more ethical and sustainable practices in the sector. For public management, it suggests balancing innovation with relational ethics in the stewardship of territories and communities. The conceptual scope refines metrics for assessing tourist and symbolic experience. Limits, future research avenues, and pedagogical applications in teaching and management are identified.

Keywords: Experience; Sense; Phenomenology.

RESUMEN

Este estudio desarrolla una comprensión integrada de la experiencia turística desde una perspectiva fenomenológica, examinando cómo múltiples dimensiones se articulan para constituir una vivencia transformadora que trasciende la mera visita. El artículo propone un marco teórico que conecta temporalidad, espacialidad, intersubjetividad, estética y la dialéctica libertad-limitación como estructuras esenciales, superando enfoques fragmentados de la literatura. Los conceptos centrales abarcan: “temporalidad extraordinaria” (ruptura del tiempo cotidiano mediante la intensificación del presente); “corporeidad turística” (adaptación sensorial y perceptiva); “estratificación del encuentro cultural” (capas de interacción con la

FENOMENOLOGIA DO TURISMO: UMA ABORDAGEM INTEGRADA

alteridad); “autenticidad dialéctica” (síntesis entre la búsqueda de autenticidad y las mediaciones tecnológicas); “horizonte estético dinámico” (reconfiguración de la percepción de lo bello); y “paradoja de la libertad turística” (tensión entre escape y nuevas restricciones). Tales conceptos se articulan con la fenomenología husserliana de la conciencia intencional, en diálogo con Heidegger (temporalidad existencial), Merleau-Ponty (corporeidad), Schütz (intersubjetividad), Levinas (alteridad ética) y aportes contemporáneos. Metodológicamente, la investigación adopta un enfoque ensayístico de naturaleza teórica, combinando análisis fenomenológico de las estructuras esenciales de la experiencia con revisión bibliográfica especializada y articulación conceptual entre filosofía fenomenológica y estudios del turismo. Los hallazgos indican que la experiencia turística configura un “modo de estar-en-el-mundo” con cinco dimensiones ontológicas interconectadas que se manifiestan simultáneamente y reconfiguran los horizontes perceptivos y culturales del sujeto. El estudio concluye que la búsqueda de autenticidad exige una comprensión dialéctica que trascienda la dicotomía auténtico/inauténtico y reconozca la mediación tecnológica y cultural como inevitable. Las contribuciones incluyen nuevos conceptos para los estudios fenomenológicos del turismo y un enfoque metodológico integrado que supera análisis sectoriales. En términos prácticos, el trabajo ofrece directrices para el diseño de productos alineados con experiencias transformadoras y para prácticas más éticas y sostenibles en el sector. Para la gestión pública, se sugiere equilibrar innovación y ética relacional en el cuidado de territorios y comunidades. La delimitación conceptual refina métricas de evaluación de la experiencia turística y simbólica. Se identifican límites, futuras líneas de investigación y aplicaciones pedagógicas en la docencia y la gestión.

Palabras clave: Experiencia, Fenomenología, Sentido.

Como Citar (APA):

Boava, D. L. T.; Macedo, F. M. F.; & Inácio, R. O. (2025). Fenomenologia do turismo: uma abordagem integrada. *Ateliê do Turismo, Ensaios*, 9(1), 1-25. <https://doi.org/10.55028/at.v9i1.23722>

INTRODUÇÃO

O turismo, como fenômeno humano complexo e multifacetado, oferece um campo fértil para investigação fenomenológica, permitindo compreender a experiência em suas múltiplas dimensões, do concreto ao subjetivo. Neste estudo, a vivência turística é entendida como um modo de estar-no-mundo, cuja densidade subjetiva corresponde àquilo que Horta et al. (2025) denominam “experiência significativa”, ou seja, uma abertura sensível ao outro, ao lugar e ao tempo da jornada. Essa abordagem reforça a proposição central do estudo: o turista é um sujeito existencialmente implicado na experiência, e não apenas um consumidor de imagens ou destinos.

Ainda que a pesquisa busque compreender o turista como sujeito existencialmente implicado na experiência, é preciso reconhecer que tal vivência está atravessada por mediações próprias do turismo contemporâneo, como a busca por destinos ‘instagramáveis’, a pressão do overtourism em localidades saturadas e a lógica da sociedade do espetáculo (Debord, 1997), que frequentemente transformam a experiência em mercadoria visual. Assim, a abordagem fenomenológica deve ser lida não como uma idealização, mas como uma tentativa de compreender a experiência em sua densidade, sem ignorar os limites impostos por essas dinâmicas sociais.

FENOMENOLOGIA DO TURISMO: UMA ABORDAGEM INTEGRADA

O estudo propõe examinar as estruturas essenciais que constituem a experiência turística, explorando a interrelação dinâmica entre temporalidade, espacialidade, intersubjetividade, estética e a dialética fundamental entre liberdade e limitação. Inspirado pela rica tradição fenomenológica inaugurada por Husserl (2022) e continuada por pensadores como Heidegger (2012), Merleau-Ponty (2018), Schütz (2018) e outros, o estudo busca desvelar os significados e as implicações dessas dimensões para uma compreensão mais abrangente da condição humana no contexto contemporâneo, marcado pela globalização e pela intensificação dos fluxos de pessoas e culturas.

A intencionalidade da consciência, a centralidade do corpo vivido e a dinâmica intersubjetiva fornecem as bases conceituais para analisar como o turista constituiativamente significados em sua relação com o mundo, por meio de suas ações e interações. A temporalidade turística, distinta do tempo cotidiano, entrelaça passado (antecipação e memória), presente (intensidade da vivência) e futuro (projeções e expectativas), em um fluxo contínuo de experiências. A espacialidade, por sua vez, transcende a mera localização geográfica, configurando-se como um campo de significados, vividos e habitados pelo corpo, em uma constante (re)construção do espaço. O encontro com a alteridade, seja nos habitantes locais, em outros viajantes ou na própria alteridade do lugar, provoca confrontos com diferentes horizontes de significado, potencialmente reconfigurando a compreensão de si e do mundo e ampliando os horizontes culturais. A dimensão estética, por sua vez, permeia a experiência turística, convidando o sujeito a um encontro sensível com o mundo, mediado pela percepção, sensibilidade e interpretação cultural, gerando novas formas de apreciação. Finalmente, a busca por liberdade no turismo se revela intrinsecamente ligada a novas formas de limitação, inerentes à própria prática turística, configurando uma complexa dialética existencial, entre o desejo de explorar e as restrições práticas.

O ensaio é estruturado em seções que exploram cada uma dessas dimensões – temporalidade e espacialidade, intersubjetividade, estética e a dialética liberdade/limitação – em diálogo com os referidos pensadores, propondo novos conceitos e categorias de análise. A relevância do estudo emerge de sua contribuição para a compreensão teórica do turismo e, sobretudo, para a reflexão sobre a condição humana contemporânea, revelando aspectos fundamentais da relação com o tempo, o espaço, a alteridade, o belo e a busca por liberdade em um mundo globalizado.

A TEMPORALIDADE E ESPACIALIDADE NA EXPERIÊNCIA TURÍSTICA

A análise fenomenológica da temporalidade na experiência turística revela a complexidade da vivência humana do tempo. Heidegger (2012), com o conceito de temporalidade como fundamento do *Dasein* (ser-aí), permite compreender como o turismo instaura uma ruptura com a temporalidade cotidiana. O turista experimenta uma “temporalidade extraordinária”, caracterizada pela suspensão, ainda que parcial, do tempo cronológico habitual em favor de uma experiência temporal mais qualitativa. O presente se intensifica, sendo cada momento vivenciado com uma densidade diferenciada do cotidiano. Essa “temporalidade extraordinária” pode ser relacionada ao conceito heideggeriano de *Êxtase* (*Ekstase*), a projeção do *Dasein* para suas possibilidades futuras. No contexto turístico, essa projeção se manifesta na expectativa

FENOMENOLOGIA DO TURISMO: UMA ABORDAGEM INTEGRADA

e na antecipação da viagem, mas também na vivência intensificada do presente durante a própria experiência, criando um “tempo de férias” que se distingue do tempo do trabalho e das obrigações. A busca por experiências intensas e significativas no presente pode ser interpretada, à luz da filosofia heideggeriana, como uma forma de antecipar a finitude da vida, uma aproximação com o ser-para-a-morte.

Merleau-Ponty (2018) complementa essa análise ao enfatizar o papel do corpo na experiência espacial. Sua fenomenologia permite compreender como o corpo do turista se adapta e responde a novos ambientes, desenvolvendo um “esquema corporal” modificado. A “corporeidade turística” manifesta-se na hipersensibilidade às diferenças ambientais (temperatura, altitude, fuso horário), na reorganização da percepção espacial para acomodar novos referenciais geográficos (como a orientação em um mapa desconhecido ou a adaptação a diferentes sistemas de transporte) e na modificação dos padrões habituais de movimento e deslocamento (como caminhar mais do que o habitual para explorar um novo local ou adaptar-se a diferentes ritmos de vida). O corpo do turista, ao se adaptar a um novo clima, por exemplo, experimenta sensações diferentes, alterando sua percepção do tempo e do espaço. O calor intenso de um deserto pode tornar o tempo mais lento e o espaço mais vasto, enquanto o frio de uma região polar pode gerar uma sensação de tempo acelerado e espaço limitado. O espaço turístico transcende as coordenadas geográficas, tornando-se um campo de possibilidades experienciais que se abre ao corpo vivido. Bachelard (2008) e Tuan (1990) contribuem com o conceito de “topofilia” – a relação afetiva que se estabelece com os lugares. O turista desenvolve uma forma particular de habitar temporariamente os espaços, criando uma dialética entre familiaridade e estranhamento. Essa dialética pode ser exemplificada pela sensação de se sentir “em casa fora de casa”, buscando familiaridade em um contexto estranho ou pela fascinação com o exótico e o desconhecido.

Augé (1994), ao discutir os “não-lugares”, contribui para essa reflexão ao analisar espaços de trânsito como aeroportos e rodoviárias, que impõem uma temporalidade específica, marcada pela espera e pela transitoriedade. Esses espaços exemplificam a crítica do autor ao tempo-espacó turístico, concebido muitas vezes como uma vivência transitória e superficial, de relações fugazes e pouco enraizadas. A experiência nesses não-lugares evidencia o caráter efêmero e instrumental de parte do turismo contemporâneo, em contraste com a busca por experiências mais densas e significativas. Essa tensão entre o tempo planejado (o roteiro, a programação) e o tempo vivido (o tempo interno do turista) implica uma transformação na forma como o ser humano projeta suas expectativas e organiza sua perspectiva subjetiva dentro do mundo temporal, criando uma ontologia do turismo que é, simultaneamente, uma imersão no presente e uma projeção para o futuro.

A experiência turística também revela o que pode ser denominado “estratificação temporal-espacial”, em que diferentes camadas de temporalidade se sobrepõem em um mesmo espaço físico. Tal conceito é inspirado em Husserl (1994) e seus estudos sobre a consciência do tempo. Assim, por exemplo, em cidades antigas e coloniais como Roma ou Ouro Preto, o turista experimenta simultaneamente múltiplas temporalidades: o tempo histórico materializado nos monumentos, o tempo presente do fluxo turístico e o tempo antecipado das memórias que está construindo. Essa sobreposição temporal cria uma

FENOMENOLOGIA DO TURISMO: UMA ABORDAGEM INTEGRADA

experiência única que ecoa o conceito husserliano de “presente vivo” (lebendige Gegenwart), em que a consciência retém o passado imediato (retenção) e antecipa o futuro imediato (protensão), criando uma síntese temporal que transcende o instante presente. A visita ao Coliseu em Roma, por exemplo, não se resume à observação de ruínas; o turista experimenta a presença do passado glorioso do Império Romano, o presente da multidão de visitantes e a projeção de suas próprias memórias futuras daquele momento. Do ponto de vista epistemológico, essa estratificação temporal-espacial levanta a questão de como o conhecimento é produzido e experienciado no contexto do turismo. A experiência turística não se limita a uma forma passiva de absorção de informações; ela gera uma construção ativa do conhecimento, mediada pela interpretação subjetiva e pela busca de significados pessoais no espaço e no tempo.

A “ritualização espacial” emerge como outro aspecto fundamental da experiência turística que demanda análise fenomenológica. O turista, frequentemente, desenvolve rituais espaciais específicos – desde a organização meticolosa da mala até a forma como fotografa ou percorre um museu. Esses rituais não são apenas hábitos mecânicos, mas constituem o que pode ser denominado, seguindo Heidegger (2012), “modos de desvelamento” do espaço turístico, relacionados à ideia de “preocupação” (Sorge), em que o Dasein se relaciona com o mundo por meio de práticas e significados que o constituem existencialmente. O ato de fotografar um monumento histórico, por exemplo, não apenas registra o presente, mas também evoca o passado e projeta o futuro (a memória da viagem). Contudo, há uma outra faceta a ser considerada: o fotografar pode assumir um caráter mimético e tautológico, reduzindo-se a um hábito repetitivo e automático, sobretudo em tempos de redes sociais, em que muitas vezes a imagem vale mais pela sua circulação do que pela experiência vivida que representa. Nesse caso, a fotografia pode transformar-se em mera reprodução de convenções, reforçando padrões de consumo turístico em vez de intensificar a vivência estética ou existencial. Esse ritual, portanto, contribui para a sobreposição de temporalidades na experiência turística, intensificando a estratificação temporal-espacial. Como esses rituais variam entre culturas e como moldam a própria experiência do espaço turístico são questões que permanecem abertas para futuras investigações. Um mistério.

Um fenômeno particularmente interessante é o que pode ser denominado “dissonância espaço-temporal turística”, que ocorre quando a experiência subjetiva do tempo e do espaço entra em conflito com as estruturas objetivas do turismo organizado. Por exemplo, quando um turista, profundamente envolvido na contemplação de uma obra de arte em um museu, sente-se abruptamente arrancado desse estado de imersão pelo guia turístico, que anuncia a partida para o próximo ponto do roteiro. A temporalidade interna do turista, concentrada na experiência estética, entra em conflito com a temporalidade externa e pragmática do tour, gerando frustração e uma sensação de incompletude. Essa temporalidade interna, contudo, não estaria também ameaçada por uma época em que a concentração e o foco se tornaram virtudes raras? O turista, imerso nas mesmas distrações que atravessam a vida cotidiana, muitas vezes não escapa dessa condição, o que pode fragilizar ainda mais sua capacidade de imersão estética e aprofundamento da experiência.

FENOMENOLOGIA DO TURISMO: UMA ABORDAGEM INTEGRADA

Essa tensão entre a temporalidade vivida e a temporalidade programada do turismo revela aspectos fundamentais da estrutura da experiência turística que merecem maior atenção fenomenológica, especialmente considerando as diferentes formas como culturas distintas lidam com essa dissonância. Do ponto de vista epistemológico, essa tensão oferece novas questões sobre como o conhecimento é produzido e experienciado no contexto do turismo. A experiência turística não se limita a uma forma passiva de absorção de informações; ela gera uma construção ativa do conhecimento, mediada pela interpretação subjetiva e pela busca de significados pessoais no espaço e no tempo. Essa construção não é linear nem uniforme, mas dinâmica e multicamadas.

Por fim, emerge o conceito de “horizontes móveis da experiência turística”, que descreve como o campo perceptual do turista está em constante reconfiguração. Diferentemente da experiência cotidiana, em que os horizontes espaciais e temporais tendem a ser mais estáveis, o turista experimenta uma constante modificação de seus horizontes perceptuais. Cada novo local visitado, cada experiência vivida modifica não apenas a percepção atual, mas reconfigura retrospectivamente as experiências anteriores e prospectivamente as expectativas futuras. Essa mobilidade dos horizontes experienciais sugere uma forma particular de intencionalidade turística, que merece ser explorada em futuras investigações fenomenológicas, especialmente considerando como diferentes contextos culturais e sociais influenciam essa reconfiguração constante dos horizontes experienciais.

A experiência de visitar um país com uma cultura radicalmente diferente da própria, por exemplo, pode expandir os horizontes existenciais do turista de forma muito mais profunda do que a visita a um destino mais familiar, afetando sua compreensão do mundo e de si mesmo. Essa constante reconfiguração dos horizontes perceptuais também se manifesta no nível corporal. A adaptação a um novo clima, a diferentes tipos de terreno ou a novos hábitos alimentares modifica a relação do corpo com o espaço, reconfigurando os horizontes sensoriais do turista. A experiência de caminhar por uma trilha na montanha, por exemplo, expande os horizontes visuais e sensoriais, enquanto a degustação de uma culinária exótica abre novos horizontes gustativos e olfativos.

As implicações ontológicas da análise da temporalidade e espacialidade no turismo envolvem a redefinição da relação do ser humano com o tempo e o espaço. Quando se considera a temporalidade extraordinária do turismo, surgem questões fundamentais sobre a natureza do ser-no-mundo. O turismo permite ao indivíduo uma vivência temporária que rompe com o fluxo cotidiano do trabalho e das obrigações, em favor de uma experiência qualitativa e intensificada do presente. Nesse contexto, a temporalidade turisticamente experienciada evidencia a alternância entre o estar no tempo (o agora vivido) e o querer escapar desse tempo (o desejo de transcender o cotidiano). A tensão entre o tempo planejado (o roteiro, a programação) e o tempo vivido (o tempo interno do turista) implica transformação na forma como o ser humano projeta suas expectativas e organiza seu existencialismo dentro do mundo temporal, criando uma ontologia do turismo que é, simultaneamente, uma imersão no presente e uma projeção para o futuro.

FENOMENOLOGIA DO TURISMO: UMA ABORDAGEM INTEGRADA

Em termos de pesquisa em turismo, um desafio fundamental é investigar as formas de interação entre temporalidades distintas, como as do próprio turista, e os tempos diversos de outros elementos culturais (históricos, sociais, econômicos). A abordagem fenomenológica proposta amplia-se para a análise das dinâmicas temporais que os turistas criam e vivem dentro dos lugares que visitam. Quais efeitos as estratégias de imersão, intensificação do presente e multiplicidade temporal têm na experiência sensorial e cognitiva dos turistas? Além disso, pesquisas devem explorar como a modificação da corporeidade no contato com novos ambientes gera uma reestruturação do espaço percorrido – tanto do ponto de vista físico (espaços vistos de novas maneiras, recorrendo a um outro esquema corporal) quanto existencial, no sentido em que a própria geografia existencial se modifica e reconfigura. Estudos de caso sobre a temporalidade do turismo (em diferentes destinos e culturas) podem fornecer novos caminhos para entender a experiência cotidiana e sua reconfiguração ao longo de viagens.

A INTERSUBJETIVIDADE E O ENCONTRO COM O OUTRO

A dimensão intersubjetiva do turismo oferece um campo fértil para a análise fenomenológica, centrada no encontro com a alteridade. Scheler (2005) oferece uma base teórica fundamental com sua análise da empatia e dos valores, destacando a “participação afetiva” como uma forma direta de compreensão emocional do outro, distinta da inferência analógica. No contexto turístico, essa participação se manifesta no encontro com diferentes culturas e formas de vida, abrindo a possibilidade de uma experiência autêntica de alteridade. Schütz (2018) contribui com a ideia de “choque cultural”, um processo de adaptação a novos “sistemas de relevância” e “tipificações”. Esse choque, relacionado à suspensão das tipificações habituais (epoché husserliana), pode levar a uma profunda transformação na compreensão de si mesmo e do outro, confrontando o turista com a relatividade de seus próprios valores e crenças. Sartre (2015) enriquece essa análise com sua teoria do olhar. O turista não apenas observa, mas é observado, tornando-se objeto do olhar do outro em um contexto cultural diferente.

Essa dialética do olhar cria uma forma particular de autoconsciência, na qual o turista se percebe, simultaneamente, como sujeito de sua experiência e objeto da experiência dos outros, influenciando seu comportamento e sua percepção de si mesmo. Levinas (2008) aprofunda essa análise ao enfatizar a dimensão ética do encontro com o outro. O “rosto” do outro, para o filósofo, é uma epifania da alteridade, uma presença que interpela e convoca à responsabilidade ética. O turismo, nessa perspectiva, pode ser compreendido como uma oportunidade de encontro com a alteridade radical, que desafia a reconhecer a singularidade do outro e a respeitar sua diferença. Bauman (2001), ao discutir a modernidade líquida, contribui para essa reflexão ao mostrar como a fluidez das relações sociais na contemporaneidade também se manifesta no turismo. Os encontros interculturais, nesse contexto, tendem a ser marcados pela superficialidade e pela brevidade, refletindo uma sociabilidade transitória que acompanha o próprio caráter efêmero das viagens. Assim, a modernidade líquida ajuda a compreender por que muitas interações turísticas permanecem na esfera do passageiro e do imediato, em vez de se consolidarem em vínculos mais profundos e duradouros. Buber (1974), com sua filosofia dialógica, distingue entre as relações “Eu-Isso” e “Eu-Tu”. No contexto turístico,

FENOMENOLOGIA DO TURISMO: UMA ABORDAGEM INTEGRADA

o “Eu-Isso” representa uma relação instrumental com o outro, em que o turista o vê como um objeto a ser explorado ou consumido. Já o “Eu-Tu” representa um encontro autêntico, baseado no reconhecimento mútuo e no diálogo. A busca por uma experiência turística mais significativa passa, necessariamente, pela tentativa de transcender a relação “Eu-Isso” e buscar o encontro “Eu-Tu”.

A partir dessas bases teóricas, pode-se analisar a experiência intersubjetiva no turismo através de alguns conceitos centrais:

Estratificação do Encontro Cultural: O contato com o outro se desenvolve em múltiplas camadas de significação, influenciadas pelas “tipificações” schutzianas. Na primeira camada, encontra-se o “encontro performático” – aquele mediado pelos papéis sociais estabelecidos na relação turista-anfitrião. Essa performance inicial, embora aparentemente superficial, carrega em si elementos significativos da estrutura social e cultural tanto do visitante quanto do visitado. Por exemplo, a cerimônia do chá japonesa, com seus gestos precisos, objetos específicos e significados simbólicos, não é apenas uma formalidade, mas uma manifestação concreta das tipificações sociais japonesas, revelando hierarquias, valores estéticos e concepções de hospitalidade. Ontologicamente, essa estratificação revela a complexidade da constituição da identidade em relação ao outro, mostrando como diferentes níveis de interação (superficial e profunda) influenciam a autopercepção do turista. Epistemologicamente, essa estratificação demonstra como o conhecimento cultural é construído em camadas, a partir de interações iniciais até compreensões mais complexas.

Dissonância Empática: Esse fenômeno ocorre quando há um descompasso entre a expectativa de compreensão mútua e a realidade do encontro intercultural. A dissonância empática se manifesta tanto nas dificuldades linguísticas como, principalmente, na descoberta de que certas experiências emocionais e valores são culturalmente específicos e não universalmente compartilháveis. Em relação à epoché husserliana, comprehende-se que a dissonância emerge quando as expectativas do turista, baseadas em juízos prévios, são confrontadas com a experiência vivida. Por exemplo, a concepção de tempo linear em algumas culturas contrasta com a concepção cíclica em outras, gerando incompreensão e frustração quando os ritmos de vida não se sincronizam. Essa descoberta pode levar a um processo que pode ser denominado “recalibração empática” – uma modificação consciente da maneira como o turista tenta compreender e se relacionar com o outro cultural, suspendendo juízos prévios e buscando uma nova compreensão. Ontologicamente, a dissonância empática revela os limites da compreensão do outro e a necessidade de reconhecer a alteridade radical. Epistemologicamente, essa dissonância demonstra como o conhecimento cultural é construído por meio da experiência e da reflexão sobre o choque cultural.

Temporalidade Intersubjetiva do Encontro Turístico: Diferentemente das relações cotidianas, quando o tempo do encontro com o outro tende a se desenvolver naturalmente, no turismo esse tempo é frequentemente predeterminado e limitado. Essa consciência da temporalidade finita do encontro cria uma forma particular de urgência experiencial, que pode tanto intensificar quanto tornar superficial o encontro com o outro. Conectando com a análise heideggeriana do tempo como *Êxtase*, a

brevidade do encontro pode intensificar a vivência do presente, buscando aproveitar ao máximo cada instante ou, paradoxalmente, gerar uma “ansiedade temporal do encontro”, levando a interações rápidas e superficiais, em uma tentativa de “colecionar” experiências. Ontologicamente, a temporalidade finita do encontro turístico confronta o ser humano com a finitude da própria existência e a necessidade de dar sentido ao tempo que lhe é dado. Epistemologicamente, a consciência da brevidade do encontro influencia a forma como o conhecimento é construído, privilegiando a intensidade da experiência em detrimento da profundidade da compreensão.

Espacialidade Mediada do Encontro Turístico: Os espaços turísticos não são neutros, mas carregados de significações que influenciam diretamente a natureza do encontro intersubjetivo. Podem-se identificar o que se denomina “zonas de contato cultural” – espaços em que diferentes níveis de autenticidade e performance se misturam, criando ambientes únicos para o encontro com o outro. Um mercado tradicional, por exemplo, pode, simultaneamente, manter sua função original para os locais e adaptar-se à presença turística, criando um espaço híbrido de encontro cultural. A arquitetura de um templo budista, com seus símbolos e rituais, influencia a postura e a experiência do turista, criando uma atmosfera propícia para a reflexão e o encontro consigo mesmo e com a cultura local. Conectando com a fenomenologia da percepção de Merleau-Ponty (2018), pode-se entender como o corpo se relaciona com esses espaços carregados de significados culturais, influenciando a interação intersubjetiva. Ontologicamente, a espacialidade mediada revela como o espaço não é apenas um receptáculo passivo, mas um elemento constitutivo da experiência intersubjetiva. Epistemologicamente, a experiência do espaço influencia a forma como o conhecimento cultural é construído, por meio da interação entre corpo, espaço e outro.

Reversibilidade do Olhar Turístico: Expandindo a teoria sartreana do olhar, pode-se observar como o turista contemporâneo está cada vez mais consciente de sua própria condição de objeto do olhar do outro. Essa consciência, aprofundando a dialética do olhar, pode levar ao que se denomina “reflexividade turística crítica” – uma forma de autoconsciência que questiona o próprio papel do indivíduo como turista, além das estruturas mais amplas do turismo global e suas implicações éticas e sociais. Essa reflexividade pode manifestar-se, por exemplo, na busca por formas mais éticas e sustentáveis de turismo, como o ecoturismo ou o turismo comunitário. A experiência de ser fotografado por crianças locais, por exemplo, pode levar o turista a refletir sobre a dinâmica de poder envolvida na relação turista-visitado e sobre o impacto de sua presença na comunidade local. Ontologicamente, a reversibilidade do olhar revela a intersubjetividade constitutiva do ser humano, mostrando como a consciência de si é sempre mediada pelo olhar do outro. Epistemologicamente, essa reversibilidade convida a questionar as relações de poder envolvidas na produção do conhecimento sobre o outro.

Sedimentação Experiencial do Encontro Turístico: As experiências intersubjetivas durante a viagem se integram à biografia do sujeito. Essa sedimentação é uma acumulação de memórias e uma transformação qualitativa na maneira como o sujeito comprehende e se relaciona com a alteridade, conectando com a fenomenologia da memória husserliana. As experiências de encontro cultural durante as viagens criam o que pode ser denominado “camadas de compreensão intercultural”, que se sobrepõem e

FENOMENOLOGIA DO TURISMO: UMA ABORDAGEM INTEGRADA

se modificam mutuamente, contribuindo para uma expansão progressiva da capacidade de compreensão e de empatia do sujeito. Essa sedimentação experiencial continua a influenciar o sujeito após o término da viagem, modificando sua maneira de ser-nomundo e sua relação com a alteridade em geral. Uma experiência de profunda conexão com uma família local durante uma viagem, por exemplo, pode influenciar a visão do turista sobre seu próprio país e sua relação com imigrantes, gerando maior empatia e compreensão. Ontologicamente, a sedimentação experiencial revela a historicidade do ser humano e como as experiências passadas influenciam a constituição do presente. Epistemologicamente, essa sedimentação demonstra como o conhecimento cultural é um processo contínuo de aprendizagem e transformação.

A AUTENTICIDADE E A EXPERIÊNCIA TURÍSTICA

A questão da autenticidade na experiência turística tem sido objeto de intenso debate, frequentemente polarizado pela dicotomia entre o autêntico e o inautêntico. No entanto, a experiência turística contemporânea, marcada pela mediação tecnológica e pela complexidade das interações culturais, exige uma abordagem que supere essa dicotomia. Propõe-se, portanto, o conceito de "autenticidade dialética" para compreender a busca por significado e valor na experiência turística contemporânea.

A discussão sobre autenticidade no turismo pode ser enriquecida pela dialética heideggeriana entre autenticidade (*Eigentlichkeit*) e inautenticidade (*Uneigentlichkeit*). Heidegger (2012) demonstra como o ser humano tende a cair na inautenticidade do "impessoal" (das *Man*), uma existência alienada e dominada pela opinião pública. No contexto turístico, essa inautenticidade se manifesta na busca por experiências padronizadas e pré-fabricadas, características do turismo de massa. No entanto, a busca por autenticidade no turismo também pode ser vista como uma tentativa de romper com essa inautenticidade, uma busca por uma experiência mais genuína e significativa. Essa busca, à luz do conceito de Ser-para-a-morte heideggeriano, pode ser interpretada como uma forma de confrontar a finitude da vida, buscando experiências intensas e memoráveis no presente.

A fenomenologia existencial sartrenana adiciona outra camada à discussão. A busca por experiências "autênticas" pode ser vista como uma manifestação do projeto fundamental do ser-para-si de conquistar uma identidade plena, projeto que o filósofo demonstra ser fadado ao fracasso, dada a constante transcendência da consciência. A consciência da contingência, da falta de uma essência predeterminada, lança o ser humano em uma busca constante por significado, que se manifesta também na busca por autenticidade no turismo.

Gadamer (2015), com sua hermenêutica filosófica, contribui com o conceito de "fusão de horizontes". A experiência turística "autêntica" pode ser compreendida como um processo de fusão de horizontes, em que o turista busca confirmar suas expectativas prévias, além de se abrir para uma verdadeira experiência de alteridade, permitindo que seus próprios horizontes sejam transformados pelo encontro com o outro. Os preconceitos do turista, seus horizontes prévios, influenciam essa fusão, mas o encontro autêntico com o outro pode levar a uma revisão e expansão desses horizontes.

FENOMENOLOGIA DO TURISMO: UMA ABORDAGEM INTEGRADA

Stiegler (2018) adiciona uma dimensão contemporânea ao discutir como a tecnologia influencia a experiência do mundo. A busca por autenticidade no turismo contemporâneo precisa ser compreendida no contexto de uma sociedade cada vez mais mediada tecnologicamente, em que a distinção entre experiência "autêntica" e "inautêntica" se torna mais complexa. A tecnologia, como farmakon (remédio e veneno), pode tanto enriquecer quanto empobrecer a experiência turística, mediando o encontro com o outro e com o lugar.

MacCannell (2013), com sua análise do "turismo como marcador social", contribui para essa discussão ao mostrar como a busca por autenticidade muitas vezes se concentra em "atrações encenadas", que simulam a autenticidade para atender às expectativas dos turistas. À primeira vista, essa noção de autenticidade encenada poderia parecer em tensão com a proposta de uma autenticidade dialética; no entanto, é possível compreendê-la como um desdobramento dessa mesma lógica. Afinal, mesmo quando mediada e artificializada, a experiência pode adquirir sentido e valor para o turista, revelando que a autenticidade não reside apenas na essência "pura" de um objeto ou prática, mas também na forma como o sujeito se relaciona com tais mediações.

Por sua vez, Urry (2002), ao discutir o "olhar turístico", reforça essa perspectiva ao argumentar que a própria busca por autenticidade é uma construção social, moldada por expectativas e convenções culturais. O olhar turístico, nesse sentido, não contradiz a noção de autenticidade dialética, mas a complementa, pois evidencia como a percepção e a avaliação da autenticidade resultam de um processo coletivo de atribuição de significado, em vez de uma essência fixa e imutável.

Wang (1999) propõe uma distinção entre "autenticidade objetiva" (a autenticidade intrínseca de um objeto ou lugar) e "autenticidade existencial" (a autenticidade da experiência vivida pelo turista). Essa distinção é vital para compreender como a autenticidade pode ser encontrada mesmo em contextos turísticos considerados "inautênticos" sob uma perspectiva objetiva.

Henry (2012, 2015), em sua fenomenologia da vida, permite aprofundar a compreensão da dimensão afetiva da experiência turística. Para o autor, a vida se manifesta, primordialmente, por meio da autoafecção, uma experiência imediata de si mesmo que precede qualquer representação ou mediação. No contexto do turismo, isso ajuda a compreender como mesmas experiências altamente mediadas podem conter elementos de autenticidade vital – o sentimento de maravilhamento diante de uma paisagem, a emoção do encontro com uma cultura diferente, a alegria da descoberta.

A perspectiva de Waldenfels (2011) sobre a fenomenologia do estranho (Xenologia) é, particularmente, relevante para compreender a dinâmica da experiência turística. Em sua obra, o autor argumenta que o encontro com o estranho não pode ser reduzido a uma simples assimilação ou rejeição, mas representa um desafio fundamental à ordem estabelecida de experiência. O turismo, nesse sentido, pode ser visto como uma forma institucionalizada de encontro com o estranho, em que a autenticidade reside precisamente na capacidade de manter aberta essa dimensão de alteridade radical. A busca por autenticidade, então, não é a busca por uma essência imutável, mas sim a

FENOMENOLOGIA DO TURISMO: UMA ABORDAGEM INTEGRADA

abertura para a experiência do estranho, para o que descentraliza o sujeito e o coloca em questão.

Por exemplo, um turista que visita Paris e fotografa a cidade para compartilhar nas redes sociais está vivenciando uma experiência mediada, mas essa mediação não necessariamente invalida a vivência em si. A autenticidade, nesse caso, não se define pela ausência de mediação, mas pela qualidade da relação que o turista estabelece com o lugar e consigo mesmo por meio dessa prática. Mesmo imagens circulando em redes digitais podem funcionar como pontes de conexão com a história e a cultura do local, incorporando-se à experiência vivida. A fotografia, nesse contexto, torna-se um rito contemporâneo que busca apreender e dar sentido à experiência, ainda que essa apreensão seja sempre parcial, seletiva e mediada.

A intersubjetividade na experiência turística manifesta-se por meio de um fenômeno que se pode denominar "comunidade temporária de viajantes". Essa comunidade se forma espontaneamente em hostels, tours guiados ou mesmo em encontros casuais entre viajantes, criando um tipo especial de sociabilidade caracterizada pela intensidade das conexões estabelecidas e pela consciência compartilhada de estar em um estado de deslocamento. Essa forma única de intersubjetividade contribui para a construção de uma narrativa coletiva da experiência turística, em que as histórias individuais se entrelaçam e se enriquecem mutuamente. Essa comunidade temporária pode influenciar a percepção de autenticidade, validando ou questionando as experiências individuais.

O conceito de "horizonte fenomenológico", visto anteriormente, ganha uma nova dimensão no contexto turístico, quando se considera como cada destino se apresenta como um campo de possibilidades experenciais que se desdobra continuamente. O horizonte não é apenas o limite físico do que pode ser visto ou experimentado, mas representa também o limite em constante expansão do que pode ser compreendido e assimilado pelo turista em sua jornada de descoberta. Cada novo encontro, cada nova experiência modifica e expande esse horizonte, criando uma dialética contínua entre o familiar e o desconhecido. A busca por autenticidade, nesse sentido, é também uma busca pela expansão dos próprios horizontes, pela abertura para novas formas de ser e de estar no mundo.

A corporeidade na experiência turística manifesta-se por meio do que se pode denominar "adaptação sensorial ao extraordinário". O corpo do turista passa por um processo de ajuste às novas condições ambientais, culturais e sociais que encontra em suas viagens. Esse processo não é apenas fisiológico, mas envolve uma recalibração completa da forma como o corpo percebe e responde ao mundo ao redor. Novos sabores, sons, cheiros e texturas não são apenas registrados passivamente, mas ativamente incorporados em um novo esquema corporal temporário que o turista desenvolve em resposta ao ambiente desconhecido. Essa adaptação sensorial pode intensificar a percepção de autenticidade, ao conectar o turista às particularidades sensoriais do local.

A dimensão afetiva da experiência turística, por sua vez, pode ser compreendida por meio do conceito de "ressonância existencial", em que o encontro com o novo provoca não

FENOMENOLOGIA DO TURISMO: UMA ABORDAGEM INTEGRADA

apenas emoções superficiais, mas também ressoa com aspectos profundos da existência do viajante. Essa ressonância pode manifestar-se como uma sensação de conexão profunda com um lugar ou cultura, como um momento de insight pessoal provocado por um encontro significativo, ou como uma transformação duradoura na forma como o indivíduo comprehende a si mesmo e sua relação com o mundo. A experiência turística, nesse sentido, é uma série de eventos externos e um processo de transformação interior mediado pelo encontro com a alteridade. A busca por autenticidade, nesse contexto, pode ser vista como uma busca por essa ressonância existencial, por uma experiência que toque o coração e a alma.

A partir dessas considerações, pode-se, finalmente, definir o conceito central: a “autenticidade dialética”. Ela surge da tensão entre a busca por experiências não mediadas (tese) e o reconhecimento da inevitável mediação do turismo contemporâneo (antítese). A síntese, então, não é a negação da mediação, mas sim sua incorporação consciente. A autenticidade dialética reconhece que a experiência turística é sempre mediada, mas que essa mediação não necessariamente a torna inautêntica. A autenticidade reside na forma como o turista se relaciona com essa mediação, na capacidade de encontrar significado e valor, mesmo em experiências mediadas.

Essa autenticidade dialética se manifesta em diferentes níveis:

Nível Individual: O turista pode reconhecer a artificialidade de certos aspectos da experiência turística (como um show folclórico encenado), mas ainda assim encontrar significado e valor na experiência como um todo. A autenticidade reside na própria interpretação e na capacidade de conexão com a experiência em um nível pessoal.

Nível Cultural: A autenticidade pode ser negociada entre os turistas e as comunidades locais, resultando em novas formas de expressão cultural que incorporam elementos tradicionais e contemporâneos. A autenticidade, nesse caso, é um processo dinâmico de negociação e cocriação.

Nível Existencial: A autenticidade pode ser encontrada não na busca por uma essência imutável, mas na abertura para a experiência e na capacidade de se deixar transformar pelo encontro com o outro e com o novo. A autenticidade, nesse sentido, é uma jornada de autodescoberta e transformação.

Ontologicamente, a autenticidade dialética implica uma compreensão mais fluida e complexa do ser-no-mundo. Não há uma essência autêntica a ser recuperada, mas sim um processo contínuo de construção de significado por meio da interação com o mundo mediado. Epistemologicamente, a autenticidade dialética convida a questionar as formas tradicionais de conhecimento e a reconhecer a importância da experiência subjetiva na construção do saber.

A pesquisa em turismo, à luz da autenticidade dialética, deve se concentrar em:

- a) Investigar as diferentes formas de mediação que influenciam a experiência turística e como os turistas se relacionam com essas mediações;
- b) Explorar as dinâmicas de negociação da autenticidade entre turistas e comunidades locais;
- c) Analisar como a experiência turística contribui para a transformação pessoal e existencial dos indivíduos;
- d) Desenvolver metodologias que captem a complexidade da experiência turística, levando em consideração as dimensões fenomenológicas, culturais e tecnológicas.

A ESTÉTICA DA EXPERIÊNCIA TURÍSTICA

A experiência estética no turismo, sob uma perspectiva fenomenológica, revela-se como um campo dinâmico em que percepção, sensibilidade e sentido se entrelaçam, constituindo um encontro sensível com o mundo. A fenomenologia nos permite compreender como a experiência estética não se reduz a uma mera contemplação passiva, mas envolve uma interação ativa entre o sujeito e o mundo.

Husserl (2022) oferece uma base essencial, ao analisar como a intencionalidade da consciência configura a experiência do belo. Para o turista, a contemplação de paisagens, monumentos ou obras de arte não é uma simples observação, mas uma vivência intencional em que a consciência se direciona para o objeto estético, constituindo-o como significativo e único no horizonte da consciência. A beleza, então, não é uma qualidade intrínseca ao objeto, mas surge da relação entre a consciência e o objeto.

Merleau-Ponty (2018) contribui ao destacar o papel do corpo como mediador da experiência estética. No contexto turístico, a percepção estética não ocorre apenas pela visão, mas envolve todos os sentidos: o som das ondas em uma praia, o aroma de uma floresta, a textura das paredes de uma mina de ouro subterrânea. A fenomenologia da percepção nos leva a considerar o "corpo vivido" do turista como um elemento central na relação estética com o mundo. O corpo não é apenas um instrumento de percepção, mas o próprio lugar da experiência estética. A experiência estética, portanto, é sempre encarnada, vivida através do corpo e dos sentidos. Ontologicamente, isso implica que o ser-no-mundo é sempre um ser-no-corpo, e que a experiência estética é uma forma fundamental de habitar o mundo. Epistemologicamente, isso significa que o conhecimento estético é construído através da experiência sensorial e corporal.

Gadamer (2015), ao discutir a hermenêutica da arte, amplia essa reflexão ao destacar como a experiência estética é mediada pela tradição e pelo contexto cultural. O turista contempla, interpreta e dialoga com o objeto estético, levando em conta tanto suas próprias expectativas quanto os significados culturais do lugar visitado. Em um museu, por exemplo, a vivência estética não se limita à obra de arte em si, mas à relação do turista com o espaço, a narrativa curatorial e os outros visitantes. A "fusão de horizontes" ocorre quando os horizontes culturais do turista se encontram com os

FENOMENOLOGIA DO TURISMO: UMA ABORDAGEM INTEGRADA

horizontes culturais do local visitado, resultando em uma nova compreensão. Ontologicamente, isso implica que a experiência estética é sempre situada e histórica, influenciada pelo contexto cultural. Epistemologicamente, isso significa que o conhecimento estético é construído através do diálogo entre diferentes perspectivas culturais.

Dufrenne (2011) apresenta uma análise para compreender como o objeto estético se constitui na consciência do turista. Para ele, a experiência estética não é apenas contemplativa, mas performativa – o turista não apenas observa uma paisagem ou monumento, mas participa ativamente na constituição de seu significado estético através de um engajamento corporal e afetivo com o objeto.

Já Berleant (2010) desenvolve o conceito de "estética do engajamento", que se mostra particularmente relevante para a experiência turística. Ele argumenta que a apreciação estética é fundamentalmente participativa e contextual, não meramente contemplativa. Essa perspectiva nos ajuda a compreender como o turista se engaja ativamente com o ambiente, criando uma experiência estética que transcende a mera observação.

Böhme (1993) contribui significativamente com sua teoria das atmosferas. Para ele, as atmosferas são realidades compartilhadas entre o perceptor e o percebido, que se manifestam como qualidades sentidas espacialmente. Essa concepção é particularmente relevante para compreender como os turistas experimentam a "atmosfera" única de diferentes destinos.

Por sua vez, Ingold (2011), oferece uma perspectiva ecológica da estética que enfatiza como a percepção emerge através do engajamento prático com o ambiente. Sua abordagem nos permite compreender como a experiência estética do turista se desenvolve através de um processo de "habitar temporário" nos lugares visitados.

A partir dessas bases teóricas, podemos desenvolver alguns conceitos centrais para a compreensão da estética na experiência turística:

Horizonte Estético Dinâmico: Diferentemente da experiência cotidiana do belo, em que as interpretações são frequentemente mediadas por contextos familiares, o turismo expõe o sujeito a novas formas de estética que desafiam seus esquemas interpretativos preexistentes. A experiência de observar um templo em Kyoto, por exemplo, pode reconfigurar a percepção do espaço sagrado para um turista ocidental, revelando dimensões simbólicas e estéticas que transcendem sua compreensão original. Essa reconfiguração pode ser compreendida como um "deslocamento estético", que o turista não apenas aprecia, mas também reavalia suas concepções do belo. Ontologicamente, esse deslocamento revela a plasticidade da experiência estética e sua capacidade de transformar nossa relação com o mundo. Epistemologicamente, ele demonstra como o conhecimento estético é construído através da exposição a diferentes perspectivas culturais.

Momentos Estéticos Culminantes: Certas experiências turísticas alcançam um nível de intensidade estética que transcende a apreciação comum. Esses momentos não são

FENOMENOLOGIA DO TURISMO: UMA ABORDAGEM INTEGRADA

apenas visualmente impactantes, mas constituem experiências multissensoriais e todas as dimensões da percepção convergem para criar uma experiência unificada e transformadora. A contemplação do nascer do sol no topo de uma montanha, por exemplo, pode ser um momento estético culminante, combinando a beleza da paisagem com a sensação de conquista e a conexão com a natureza. Ontologicamente, esses momentos revelam a capacidade da experiência estética de nos transportar para além do ordinário, proporcionando um vislumbre de uma realidade mais profunda. Epistemologicamente, eles representam momentos de *insight* e compreensão intuitiva, que transcendem o conhecimento discursivo.

Ressonância Estética Intersubjetiva: A apreciação individual do belo é amplificada e transformada através do compartilhamento da experiência com outros viajantes. Esse fenômeno cria uma espécie de campo estético compartilhado, onde as percepções individuais se entrelaçam e se enriquecem mutuamente. A troca de impressões sobre uma obra de arte em um museu, por exemplo, pode enriquecer a experiência estética de cada indivíduo, revelando novas nuances e perspectivas. Ontologicamente, a ressonância estética intersubjetiva demonstra como a experiência estética é sempre social e compartilhada, mesmo em sua dimensão individual. Epistemologicamente, ela revela como o conhecimento estético é construído através do diálogo e da interação com os outros.

Deslocamento Estético Transformativo: A exposição a diferentes paradigmas estéticos durante a viagem expande o repertório do turista e potencialmente transforma sua própria sensibilidade estética. Essa transformação pode ser compreendida como um processo de desenvolvimento estético que vai além da mera acumulação de experiências. A imersão em uma cultura com diferentes padrões estéticos, por exemplo, pode levar o turista a reavaliar seus próprios critérios de beleza e a desenvolver uma apreciação por novas formas de expressão artística. Ontologicamente, esse deslocamento demonstra a capacidade da experiência estética de nos transformar como seres humanos. Epistemologicamente, ele representa um processo de aprendizagem e desenvolvimento da sensibilidade estética.

A temporalidade estética do turismo merece atenção especial, pois se manifesta de maneira única na experiência do viajante. O tempo turístico cria uma modalidade específica de experiência estética em que a urgência do cotidiano é suspensa, permitindo uma forma mais contemplativa e profunda de engajamento com o belo. Essa temporalidade especial permite que o turista desenvolva uma relação mais íntima e reflexiva com os objetos estéticos que encontra. A lentidão de um passeio de barco em um rio calmo, por exemplo, pode intensificar a apreciação da paisagem e a conexão com a natureza. Ontologicamente, a temporalidade estética revela como o tempo influencia nossa percepção e experiência do mundo. Epistemologicamente, ela demonstra como a contemplação e a reflexão são essenciais para a construção do conhecimento estético.

Como demonstrado ao longo da discussão dos conceitos, a estética da experiência turística tem profundas implicações ontológicas e epistemológicas. Ontologicamente, ela revela a natureza encarnada, situada, histórica e social da experiência estética, bem como sua capacidade de nos transformar como seres humanos. Epistemologicamente,

FENOMENOLOGIA DO TURISMO: UMA ABORDAGEM INTEGRADA

ela demonstra como o conhecimento estético é construído através da percepção sensorial, da interpretação cultural, do diálogo com os outros e da reflexão pessoal.

A pesquisa em turismo, considerando essa perspectiva fenomenológica da estética, deve se concentrar em:

- a) Investigar as diferentes formas de mediação que influenciam a experiência estética no turismo.
- b) Explorar as dinâmicas intersubjetivas da experiência estética, analisando como o compartilhamento com outros viajantes influencia a percepção individual.
- c) Analisar como a experiência estética contribui para a transformação pessoal e existencial dos indivíduos.
- d) Desenvolver metodologias que capturem a complexidade da experiência estética, levando em consideração as dimensões fenomenológicas, culturais, sociais e tecnológicas.
- e) Investigar a relação entre a experiência estética e outras dimensões da experiência turística, como a autenticidade, a intersubjetividade e a temporalidade.

O SENTIDO DE LIBERDADE E LIMITAÇÃO NO TURISMO

O turismo é frequentemente idealizado como uma busca por liberdade, um escape das restrições e da rotina do cotidiano. A imagem de explorar novos lugares, culturas e experiências evoca um sentimento de autonomia e desprendimento. No entanto, uma análise fenomenológica revela que essa busca por liberdade é intrinsecamente ligada a novas formas de limitação, inerentes à própria prática turística. A experiência turística se configura, portanto, como uma complexa e dinâmica dialética entre liberdade e limitação, um tema central para a compreensão da condição humana em sua relação com o mundo.

No cerne da experiência turística reside uma tensão fundamental: a busca por liberdade se manifesta dentro de um contexto estruturado e, portanto, condicionado. Essa tensão pode ser iluminada por diversos conceitos filosóficos, que, em conjunto, oferecem uma compreensão mais profunda da experiência.

O turista, ao embarcar em uma viagem, é "lançado" em um novo contexto, com suas próprias regras, expectativas, infraestruturas e limitações pré-existentes. Essa condição, que pode ser compreendida pelo conceito de *Geworfenheit* (ser-lançado-no-mundo), de Heidegger (2012), revela a finitude e a condição situada do ser humano, mesmo em sua busca por transcendência. A escolha do destino, por exemplo, já implica em aceitar um conjunto de características geográficas, culturais e sociais que o condicionam.

FENOMENOLOGIA DO TURISMO: UMA ABORDAGEM INTEGRADA

Essa liberdade, no entanto, é uma "condenação", como sugere Sartre (2015), pois não é a ausência de restrições, mas a constante necessidade de escolher e assumir a total responsabilidade por essas escolhas. No turismo, isso se manifesta na necessidade de tomar decisões constantes, e cada escolha implica renunciar a outras possibilidades, gerando um sentimento de responsabilidade e, ao mesmo tempo, de limitação. Essa dialética fundamental se manifesta naquilo que podemos chamar de "liberdade condicionada": o ato de viajar oferece oportunidades de explorar novas realidades, mas essa mesma experiência está imersa em sistemas pré-estabelecidos que a organizam e limitam, como passaportes, vistos e horários de voos. Essa contradição cria uma experiência onde o sentimento de liberdade está inevitavelmente ligado à consciência de suas limitações.

O contexto sociocultural contemporâneo, marcado pela "modernidade líquida" de Bauman (2021), influencia profundamente essa experiência. A fluidez e a transitoriedade da sociedade se manifestam na busca por experiências diversificadas e na constante procura por novidade. No entanto, essa aparente liberdade pode se transformar em uma forma de alienação, onde o turista, na tentativa de escapar do ordinário, se depara com as limitações do turismo de massa e a necessidade de consumir experiências pré-fabricadas. A busca incessante por novidade pode levar a uma superficialidade nas interações, sacrificando a conexão profunda com os lugares e as culturas.

A busca por liberdade no turismo não pode ser dissociada de uma dimensão ética, que envolve a responsabilidade perante o Outro e o local visitado. A ênfase de Levinas (2008) na ética da alteridade nos lembra que a liberdade não é um valor absoluto, mas está intrinsecamente ligada à responsabilidade pelo Outro. No contexto turístico, essa responsabilidade se manifesta na necessidade de respeitar as culturas locais, os costumes, o meio ambiente e as comunidades visitadas. A verdadeira liberdade emerge não apenas da expansão do horizonte pessoal, mas da abertura para um encontro respeitoso com a alteridade.

Além disso, a experiência turística é atravessada por dinâmicas de poder e controle. Foucault (2014), com sua análise das "tecnologias de poder", nos ajuda a compreender como as estruturas de controle operam no contexto turístico. Desde a organização espacial dos destinos até os mecanismos de vigilância em aeroportos, o turismo é permeado por dispositivos que modulam o comportamento dos turistas, podendo restringir a liberdade de escolha e de ação.

Por fim, a experiência turística envolve um movimento constante entre familiaridade e estranhamento. Deleuze e Guattari (2020) contribuem com os conceitos de "territorialização" e "desterritorialização", que oferecem uma lente útil para analisar essa dinâmica espacial da liberdade. O turista se desterritorializa de seu ambiente habitual, mas ao chegar a um novo destino, se reterritorializa, adaptando-se a novos costumes e regras. Essa dinâmica constante define a experiência espacial da liberdade no turismo, mostrando que a liberdade é sempre relativa e situada dentro dos limites do novo território.

FENOMENOLOGIA DO TURISMO: UMA ABORDAGEM INTEGRADA

A partir das bases teóricas apresentadas, podemos aprofundar alguns conceitos centrais que explicitam a dialética entre liberdade e limitação na experiência turística:

Paradoxalidade da Liberdade Turística: A busca por liberdade no turismo, paradoxalmente, pode levar a novas formas de aprisionamento. A busca por experiências autênticas e únicas, muitas vezes, se concretiza no consumo de produtos turísticos massificados, que prometem liberdade, mas oferecem roteiros e experiências predefinidas. A própria infraestrutura turística, com seus hotéis, restaurantes e atrações, pode criar um ambiente artificial que distancia o turista da realidade local. Ontologicamente, essa paradoxalidade revela a complexidade da condição humana, sempre em busca de transcendência, mas inevitavelmente inserida em estruturas que a limitam. Epistemologicamente, ela demonstra como o conhecimento sobre o mundo é mediado por representações e expectativas que nem sempre correspondem à realidade.

Zonas de Liberdade Transitória: Em meio às estruturas que condicionam a experiência turística, surgem "zonas de liberdade transitória". São espaços e momentos onde as regras habituais são suspensas ou modificadas, criando oportunidades únicas para experiências de autonomia, mesmo que limitadas no tempo e no espaço. Um festival local, um encontro casual com moradores, uma trilha em meio à natureza intocada pode representar essas zonas. Ontologicamente, essas zonas revelam a natureza fluida e contextual da liberdade, que se manifesta em interstícios e brechas nas estruturas. Epistemologicamente, elas representam espaços de experimentação e aprendizado, onde novas formas de ser e de agir são possíveis.

Dialética do Controle Voluntário: A "dialética do controle voluntário" se manifesta quando o turista, conscientemente, aceita certas limitações em troca da promessa de experiências consideradas valiosas. Ao escolher um pacote turístico, por exemplo, o turista abre mão de parte de sua autonomia em troca da conveniência, da segurança e do acesso a determinados serviços. Essa aceitação consciente de restrições revela uma dimensão existencial da liberdade no turismo: a liberdade de escolher se submeter a certas limitações em busca de um determinado objetivo. Ontologicamente, essa dialética demonstra a complexa relação entre liberdade e vontade, mostrando que a liberdade não se resume à ausência de restrições, mas também à capacidade de escolher a que restrições se submeter. Epistemologicamente, ela demonstra como o conhecimento sobre o destino é mediado pelas estruturas do turismo organizado, que oferecem diferentes graus de liberdade e controle.

Horizonte Móvel da Liberdade Turística: A percepção de liberdade do turista é dinâmica e se transforma ao longo da viagem. O "horizonte móvel da liberdade turística" descreve como as expectativas e as experiências se encontram e se confrontam, redefinindo constantemente o conceito de liberdade. O que inicialmente era idealizado como liberdade irrestrita pode se revelar limitado pelas condições reais do destino. Por outro lado, situações inesperadas e imprevistas podem abrir novas possibilidades de liberdade e de autonomia. Ontologicamente, esse horizonte móvel demonstra a natureza dinâmica e processual da experiência humana, sempre em construção e transformação. Epistemologicamente, ele revela como o conhecimento é construído através da

FENOMENOLOGIA DO TURISMO: UMA ABORDAGEM INTEGRADA

experiência e da reflexão sobre essa experiência, em um processo contínuo de aprendizado e de adaptação.

A análise fenomenológica do sentido de liberdade e limitação no turismo revela as tensões complexas que permeiam essa experiência. A busca por escapar das restrições do cotidiano se confronta com as novas restrições impostas pela própria prática turística. A liberdade se manifesta como uma dialética constante entre possibilidades e limitações, entre autonomia e controle, entre a busca por autenticidade e a conformidade às expectativas. Compreender essa dialética é fundamental para uma compreensão mais profunda da experiência turística e da condição humana em sua busca incessante por liberdade e significado.

A pesquisa em turismo, considerando essa perspectiva, deve se concentrar em:

- a) Investigar as diferentes formas de limitação que influenciam a experiência turística, incluindo as dimensões físicas, materiais, sociais, culturais, econômicas, políticas, tecnológicas e ambientais.
- b) Explorar as estratégias que os turistas utilizam para navegar entre liberdade e limitação, buscando maximizar sua experiência de autonomia dentro das estruturas existentes, incluindo práticas de resistência, apropriação dos espaços turísticos e a busca por experiências alternativas.
- c) Analisar como a experiência turística contribui para a compreensão da liberdade em um contexto contemporâneo marcado pela globalização, pela mediação tecnológica, pelas mudanças climáticas e pelas crescentes desigualdades sociais.
- d) Desenvolver metodologias que capturem a complexidade da experiência turística, combinando abordagens qualitativas (como entrevistas em profundidade, etnografia e análise de narrativas) com abordagens quantitativas, para obter uma compreensão mais abrangente do fenômeno.
- e) Investigar a relação entre a experiência de liberdade e outras dimensões da experiência turística, como a autenticidade, a intersubjetividade, a estética, a temporalidade, o impacto socioambiental e as implicações para o desenvolvimento sustentável.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A análise fenomenológica da experiência turística nos revelou a complexidade e a riqueza desse fenômeno. Ao longo deste estudo, exploramos as múltiplas dimensões que constituem a jornada turística, desde a vivência singular do tempo e do espaço até o encontro com a alteridade, a apreciação do belo e a constante tensão entre liberdade e limitação.

A "temporalidade extraordinária" do turismo, em contraste com o tempo cotidiano, proporciona uma intensificação do presente e uma abertura para novas possibilidades

FENOMENOLOGIA DO TURISMO: UMA ABORDAGEM INTEGRADA

de experiência. A "corporeidade turística", por sua vez, manifesta-se na adaptação do corpo a novos ambientes e na ressignificação da percepção espacial. O encontro intersubjetivo com o outro, mediado pela empatia, pelo choque cultural e pela dialética do olhar, desafia nossas concepções e nos convida a reconhecer a alteridade radical. A dimensão estética da experiência turística, permeada pela intencionalidade da consciência, pela corporeidade e pela mediação cultural, revela a capacidade do belo de nos transformar e nos conectar com o mundo de forma profunda. Por fim, a dialética entre liberdade e limitação, inerente à própria prática turística, demonstra a complexidade da condição humana em sua busca por transcendência e significado.

A experiência turística, portanto, não se resume a um mero consumo de destinos e atrações, mas configura-se como uma jornada existencial que nos confronta conosco, com os outros e com o mundo. Através da viagem, experimentamos diferentes formas de ser-no-mundo, expandimos nossos horizontes e construímos novas camadas de compreensão sobre a realidade. A pesquisa em turismo, sob uma perspectiva fenomenológica, deve continuar a explorar as nuances e as contradições desse fenômeno, buscando compreender as implicações ontológicas, epistemológicas e éticas da experiência turística para a condição humana.

Além disso, é preciso reconhecer a influência das tecnologias digitais na experiência turística contemporânea. As plataformas online, as redes sociais e os aplicativos móveis têm transformado a forma como planejamos, vivenciamos e compartilhamos nossas viagens. Essas tecnologias criam novas formas de mediação da experiência, influenciando a percepção do tempo e do espaço, a interação com outros viajantes e com as culturas locais, e até mesmo a busca por autenticidade. A pesquisa fenomenológica deve, portanto, incorporar a análise dessas mediações tecnológicas, buscando compreender como elas afetam as estruturas essenciais da experiência turística.

Outro aspecto relevante a ser considerado é a dimensão política e econômica do turismo, pois este não é um fenômeno neutro, mas está inserido em relações de poder que influenciam a distribuição de recursos, a organização dos espaços e a representação das culturas. A análise deve dialogar com outras abordagens teóricas, como a teoria crítica e os estudos culturais para compreender as implicações sociais, econômicas e ambientais do turismo. É fundamental questionar como as estruturas de poder moldam a experiência turística e como os turistas podem se tornar agentes de transformação social através de suas práticas de viagem.

A busca por autenticidade, frequentemente presente no discurso turístico, merece uma reflexão aprofundada. A autenticidade não é uma qualidade intrínseca aos lugares ou às culturas, mas uma construção social e cultural que se manifesta na interação entre turistas e anfitriões. A pesquisa fenomenológica pode contribuir para desconstruir as noções essencialistas de autenticidade, buscando compreender como os turistas negociam significados e constroem suas próprias experiências autênticas em um contexto globalizado. É importante reconhecer a pluralidade de perspectivas sobre a autenticidade e evitar a idealização de culturas "intocadas" ou "tradicionais".

FENOMENOLOGIA DO TURISMO: UMA ABORDAGEM INTEGRADA

Finalmente, a perspectiva fenomenológica aplicada ao turismo abre caminhos para o desenvolvimento de práticas mais éticas e sustentáveis. Ao compreender a profundidade e a complexidade da experiência turística, podemos promover um turismo mais responsável, que respeite as culturas locais, o meio ambiente e a dignidade humana. A fenomenologia nos convida a cultivar uma atitude de abertura, escuta e respeito em relação à alteridade, buscando construir encontros mais significativos e transformadores.

O futuro da pesquisa em turismo reside, em parte, na capacidade de integrar a reflexão fenomenológica com outras abordagens teóricas e práticas, buscando um desenvolvimento mais humano e sustentável do turismo.

A orientação fenomenológica, com seu foco na experiência vivida e subjetiva, oferece outras possibilidades para a pesquisa em turismo. No entanto, é preciso reconhecer suas insuficiências e os limites específicos deste estudo. Uma das principais limitações reside na natureza intrinsecamente subjetiva da abordagem, o que pode dificultar a generalização de descobertas e a mensuração de impactos. A ênfase no "como" da experiência pode, por vezes, obscurecer o "porquê", deixando de lado as dinâmicas sociais, econômicas e políticas mais amplas que moldam a indústria turística. A fenomenologia, por si só, pode não ser suficiente para analisar questões como o impacto ambiental do turismo de massa, a exploração laboral ou as desigualdades de acesso, que exigem abordagens mais quantitativas ou sociológicas.

Além disso, os limites deste estudo em particular, por ser um ensaio teórico, residem em sua natureza não empírica. Se propõe explorar e conectar conceitos filosóficos, e não a validar hipóteses ou coletar dados sobre as experiências de turistas reais. Não oferece-se soluções práticas diretas para a gestão do turismo, mas sim uma estrutura conceitual para uma compreensão mais profunda.

É por isso que o futuro da pesquisa em turismo reside, em parte, na capacidade de integrar a reflexão fenomenológica com outras abordagens teóricas e práticas, buscando um desenvolvimento mais humano e sustentável da atividade.

REFERÊNCIAS

- Augé, M. (1994). Não-lugares: Introdução a uma antropologia da supermodernidade. Papirus.
- Bachelard, G. (2008). A poética do espaço. Martins Fontes.
- Bauman, Z. (2021). Modernidade líquida. Zahar.
- Berleant, A. (2010). The aesthetics of engagement. Temple University Press.
- Böhme, G. (1993). Atmosphere as the fundamental concept of a new aesthetics. *Thesis Eleven*, 36(1), 113–126. <https://doi.org/10.1177/072551369303600107>
- Buber, M. (1974). Eu e tu. Centauro.
- Debord, G. (1997). A sociedade do espetáculo. Rio de Janeiro: Contraponto.
- Deleuze, G., & Guattari, F. (2011). O Anti-Édipo. Editora 34.
- Deleuze, G., & Guattari, F. (2020). Mil platôs. Editora 34.

FENOMENOLOGIA DO TURISMO: UMA ABORDAGEM INTEGRADA

- Dufrenne, M. (2011). *Phénoménologie de l'expérience esthétique*. Presses Universitaires de France.
- Foucault, M. (2014). *Vigiar e punir*. Vozes.
- Gadamer, H.-G. (2015). Verdade e método I: Traços fundamentais de uma hermenêutica filosófica. Vozes.
- Heidegger, M. (2012). *Ser e tempo*. Editora da Unicamp; Vozes.
- Henry, M. (2012). *Filosofia e fenomenologia do corpo*. É Realizações.
- Henry, M. (2015). *La esencia de la manifestación*. Ediciones Sígueme.
- Horta, J. G. Á., Silva, A. C. L. da, Figueiredo, S. M. de, Vieira Filho, S. A., Boava, D. L. T., Macedo, F. M. F., Cordeiro, P. H. de M., & Oliveira, D. C. (2025). Critical moments: Exploring temporality and human connection in intensive care. *Brazilian Journal of Health Review*, 8(3), e80614. <https://doi.org/10.34119/bjhrv8n3-297>
- Husserl, E. (1994). *Lições para uma fenomenologia da consciência interna do tempo*. Imprensa Nacional - Casa da Moeda.
- Husserl, E. (2022). *Ideias para uma fenomenologia pura e para uma filosofia fenomenológica*. Ideias & Letras.
- Ingold, T. (2011). *The perception of the environment: Essays on livelihood, dwelling and skill*. Routledge.
- Levinas, E. (2008). *Totalidade e infinito*. Edições 70.
- MacCannell, D. (2013). *The tourist: A new theory of the leisure class*. University of California Press.
- Merleau-Ponty, M. (2018). *Fenomenologia da percepção*. Martins Fontes.
- Sartre, J.-P. (2015). *O ser e o nada: Ensaio de ontologia fenomenológica*. Vozes.
- Scheler, M. (2005). *Esencia y formas de la simpatía*. Ediciones Sígueme.
- Schütz, A. (2018). *A construção significativa do mundo social: Uma introdução à sociologia compreensiva*. Vozes.
- Stiegler, B. (2018). *La technique et le temps: 1. La faute d'Épiméthée. 2. La désorientation. 3. Le temps du cinéma et la question du mal-être*. Fayard.
- Tuan, Y. F. (1990). *Topophilia: A study of environmental perception, attitudes, and values*. Prentice-Hall.
- Urry, J. (2002). *The tourist gaze*. Sage.
- Waldenfels, B. (2011). *Phenomenology of the alien: Basic concepts*. Northwestern University Press.
- Wang, N. (1999). Rethinking authenticity in tourism experience. *Annals of Tourism Research*, 26(2), 349–370. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(98\)00103-0](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(98)00103-0)

Agradecimentos

A Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Minas Gerais (FAPEMIG) pelo apoio, por meio de bolsas e recursos financeiros, essenciais para a realização desta pesquisa.

INFORMAÇÃO (ÕES) DO (S) AUTOR (ES)

- *1 Doutor em Administração pela Universidade Federal de Lavras (UFLA). Professor do Programa de Pós-Graduação em Empreendedorismo e Inovação da Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP). E-mail: boava@ufop.edu.br
- *2 Doutora em Administração pela Universidade Federal de Lavras (UFLA). Professora do Programa de Pós-Graduação em Empreendedorismo e Inovação da Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP). E-mail: fernandaboava@ufop.edu.br
- *3 Doutor em Administração pela Fundação Getúlio Vargas (FGV). Professor do Programa de Pós-Graduação em Empreendedorismo e Inovação da Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP). E-mail: raoni.inacio@ufop.edu.br

REVISTA CIENTÍFICA ATELIÊ DO TURISMO – VINCULADA A



**UNIVERSIDADE FEDERAL
DE MATO GROSSO DO SUL**