



Turismo LGBT: Aplicação bibliométrica na pesquisa científica dos Programas de Pós-Graduação em Turismo no Brasil (1997 – 2019)

LGBT Tourism: Bibliometric application in the scientific research of Graduate Programs of Tourism in Brazil (1997 - 2019)

Turismo LGBT: Aplicación bibliométrica en la investigación científica de Programas de Posgrado en Turismo en Brasil (1997 - 2019)

Christopher Smith Bignardi Neves - Universidade Federal do Paraná (UFPR).

Palavras-clave:

Turismo LGBT;
Homossexualidade;
Dissertações;
PPGTUR;
Bibliometria.

Resumo

O Turismo LGBT (Lésbicas, Gays, Bissexuais e Transexuais) é caracterizado pelo público DINK, pink money e Paradas do Orgulho LGBT, representações frágeis diante a grandeza do segmento. Este público importante para o mercado, padece da atenção acadêmica, visto que há pouca produção científica sobre a temática em periódicos nacionais e internacionais, o que justifica realizar uma análise bibliométrica das dissertações defendidas entre os anos de 1997 e 2019 nos Programas de Pós-Graduação em Turismo de doze universidades nacionais. Desse modo, o objetivo consiste em analisar as sete dissertações que abordam o Turismo LGBT, apresentando suas principais contribuições; bem como estabelecer uma rede com as principais referenciais teóricos do tema. Conclui que pesquisa sobre LGBTs e Turismo devem ser estimuladas por constituir um promissor instrumento que preenche as lacunas sociais, econômicas e biopolíticas que abarcam os aspectos turísticos.

Keywords:

LGBT Tourism;
Homosexuality;
Thesis;
PPGTUR;
Bibliometry;

Abstract

LGBT Tourism (Lesbian, Gay, Bisexual, and Transsexual) is characterized by the public DINK, pink money, and LGBT Pride Parades, fragile representations in the face of the opportunity of the segment. This important public for the market suffers little academic attention since there is a low scale of scientific production on the subject in national and international journals, which justifies performing a bibliometric analysis of the dissertations defended between 1997 and 2019 in the Graduate Programs of Tourism of twelve national universities. Thus, the objective is to analyze the seven dissertations that address LGBT Tourism, presenting their main contributions; as well as establishing a network with the main theoretical references of the theme. It concludes that research on LGBT and Tourism should be stimulated by constituting a promising instrument that fills the social, economic, and biopolitical gaps that encompass the tourism aspects.

Palabras clave:

Turismo LGBT;
Homossexualidad;
Tesis;
PPGTUR;
Bibliometría.

Resumen

El turismo LGBT (Lesbianas, Gays, Bissexuales y Transexuales) se caracteriza por el DINK, el dinero rosa y los desfiles de orgullo LGBT, frágiles representaciones en vista de la grandeza del segmento. Este importante público para el mercado sufre de la atención académica, ya que existe poca producción científica sobre el tema

en revistas nacionales e internacionales, lo que justifica un análisis bibliométrico de las disertaciones defendidas entre 1997 y 2019 en los Programas de Turismo de Posgrado de doce universidades nacionales. Así pues, se trata de analizar las siete disertaciones sobre el turismo LGBT, presentando sus principales contribuciones; así como de establecer una red con las principales referencias teóricas sobre el tema. Concluye que se debe alentar la investigación sobre los LGBT y el turismo, ya que es un instrumento prometedor que llena las lagunas sociales, económicas y biopolíticas que abarcan los aspectos del turismo.

Recebido em:
23/08/2020. Aprovado
em: 26/10/2020

Revisado por pares

e-ISSN: 2318-8561



Como citar APA: Neves, C. S. B. (2021). Turismo LGBT: Aplicação bibliométrica na pesquisa científica dos Programas de Pós-Graduação em Turismo no Brasil (1997 – 2019) . *Cenário: Revista Interdisciplinar em Turismo e Território*, Brasília, 9 (1), Jan./abr.. [10.26512/revistacenario.v9i1.33650](https://doi.org/10.26512/revistacenario.v9i1.33650)

Introdução

Turistas LGBTs (Lésbicas, Gays, Bissexuais e Transexuais) carecem de serem percebidos como indivíduos com anseios e necessidades diferentes do majoritário grupo de turistas heterossexuais. A heteronormatividade¹ limita de certo modo que as experiências dos/das turistas LGBTs, atitudes preconceituosas tornam-se visíveis quando casais do mesmo sexo solicitam serviços turísticos, como: solicitar uma cama de casal; obter um visto para lua de mel; contratar seguro viagem. Estes turistas não devem ser concebidos como dados estatísticos meramente, mas sim como exalta Foucault (1988, 2013) pessoas portadoras de histórias e subjetividades que resistiram historicamente aos regimes de repressão e aos sistemas de poder.

A diversidade por vezes é cerceada, pessoas LGBT são vítimas institucionais de homo-lesbo-transfobia, inicialmente se auto-reprimem, depois a repressão ocorre no seio familiar, após vencida essas barreiras, LGBT são reprimidos pela sociedade, jurisprudências que impediam direitos sociais e civis básicos, como a conjugalidade e parentalidades exposto por Guerra (2013). A questão dos direitos homossexuais não são disputas religiosas e nem morais, mas são questões legais (Moritz, 1996), tanto que em 13 de junho de 2019, o Supremo Tribunal Federal (STF, 2019) determinou que a LGBTfobia passa a ser considerado um crime, onde se determinou que a conduta seja punida pela Lei de Racismo (Lei nº 7.716/89), que prevê crimes de discriminação ou preconceito por "raça, cor, etnia, religião e procedência nacional".

Guerra, Wiesinieski e Brasileiro (2018) apresentam que o público LGBT são ávidos por entretenimento e cultura; Neves e Brambatti (2019) apontam que mesmo sem possuir elevados rendimentos, o público brasileiro se constitui como turistas frequentes, tanto doméstico e internacional. Para Neves (2020), a percepção destes turistas reforça o estereótipo de que esse público é suscetível a gastar em demasiado. Hughes e Deutsch (2010) apresentam que compreender as experiências de viagens do turista LGBT, faz perceber que este turista ocupa um espaço significativo no fenômeno turístico, através do modo único de consumir, de suas motivações de viagem, de quem os acompanha, da

¹ Compreendido como a forma elementar da associação humana, como o próprio modelo de relações intergêneros, como a base indivisível de toda a comunidade, e como os meios de reprodução sem os quais a sociedade não existiria (Warner, 1983).

escolha pelos serviços, das destinações escolhidas, das peculiaridades que os/as viajantes LGBT possuem, com base em sua própria realidade.

Este estudo é motivado por Cliff e Forrest (1999), Melián-González, Moreno-Gil e Araña (2011), Cohen, Prayag e Moital (2014), que afirmam que existe uma escassez de estudos acerca do comportamento do consumidor LGBT, compreendidos pelos autores como um segmento minoritário, porém representativo na sociedade. Neves (2020) destacou a limitação destes estudos e como as pesquisas de mercado vem apresentando um padrão de turista, que remetem à sigla DINKS (*Doble Income no Kids*)², além de reforçar estereótipos de que podem divergir da realidade vivida por pessoas LGBT.

Estudos acerca do consumidor homossexual começaram a surgir na década de 1990; os estudos de Fugate (1993) e Haslop, Hill e Schimdt (1998) buscaram dimensionar a extensão desse público no mercado norte-americano, Kates (1998, 2002) realizou pesquisas etnográficas sobre o consumo gay no Canadá. Pesquisas que atrelam o público LGBT ao turismo foram alavancadas no início do século XXI, sendo mais expressivos os estudos internacionais, com destaque para o mercado europeu e da América do Norte.

Trazer discussões acerca de consumo LGBT para a área do turismo é ressignificar essa temática, para tanto o Quadro 1 sintetiza a quantidade de estudos publicados em periódicos internacionais e nacionais da área do turismo, avaliados pelo sistema Qualis Periódicos³ (Avaliação 2013-2016), é possível identificar que as produções internacionais são mais expressivas na língua inglesa; exceção para a *Revista Estudios y Perspectivas en Turismo*, que publica artigos em português e espanhol, por publicar um volume sobre turismo sexual masculino – expondo as problemáticas que a prática ocasiona – é a que possui maior acervo de publicação sobre o tema.

Quadro 1: Comparativo de publicações sobre Turismo LGBT em periódicos nacionais e internacionais.

Avaliação	Nome do Periódico	País do periódico	nº publicações relacionadas
A1	<i>Annals of Tourism Research</i>	Reino Unido	07
A1	<i>Tourism Geographies</i>	Reino Unido	03
A1	<i>Tourism Management</i>	Reino Unido	04
A1	<i>Journal of Travel Research</i>	Estados Unidos	01
A1	<i>Leisure Studies</i>	Reino Unido	04
A2	<i>Journal of Tourism and Hospitality Research</i>	Reino Unido	05*
A2	<i>Journal of Hospitality and Tourism Management</i>	Reino Unido	02*
A2	<i>Estudios y Perspectivas en Turismo</i>	Argentina	13
A2	Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo	Brasil	02
B1	Caderno Virtual de Turismo	Brasil	02
B1	Turismo Visão e Ação	Brasil	01
B1	Observatório de Inovação do Turismo	Brasil	01
B1	Revista de Economia, Administração e Turismo	Brasil	01
B2	Rosa dos Ventos	Brasil	05
B3	Revista Hospitalidade	Brasil	01
B4	Caderno de Estudos e Pesquisas do Turismo	Brasil	01
B4	Cenário	Brasil	02
B4	Turismo e Desenvolvimento	Brasil	01

² A sigla DINKS se refere aos novos padrões de consumo referentes aos novos arranjos de família, de casais sem filhos.

³ Conjunto de procedimentos utilizados para estratificação da qualidade da produção intelectual, os mais elevados recebem notação A1 e A2.

B4	Turismo e Sociedade	Brasil	01
B4	Turismo Estudos e Práticas	Brasil	03
B4	Turismo & Desenvolvimento	Portugal	03
B5	Revista de Cultura e Turismo	Brasil	01

Fonte: O autor (2020). *Obs. Contém *Book Review*

O Quadro 1 deixa evidente que as produções sobre o turismo LGBT estão concentradas em periódicos internacionais onde houveram 42 publicações, sendo que três caracterizam-se como *book review* de obras do assunto. Para traçar um comparativo as publicações em periódicos de turismo nacionais somam 22 artigos existentes, a Revista Rosa dos Ventos é a que concentra maior quantidade de publicações sobre a temática, cinco no total. A opção por incluir a revista portuguesa no Quadro 1 ocorre por haver um artigo de autor brasileiro e outro sobre o Rio de Janeiro como destino gay-friendly, estudos referenciados nas dissertações analisadas.

A justificativa deste estudo se dá por haver percebido que as primeiras publicações brasileiras são fragmentos da dissertação produzida por Daniela Tebar Avena, na Universidade Anhembi Morumbi. Devido à prática de que as publicações em periódicos são moldadas conforme as diretrizes para os autores, bem como o assunto deve atender ao foco e escopo dos periódicos, percebe-se que essas limitações impostas representam uma lacuna entre totalidade dos estudos produzidos nos programas de pós-graduação e o que é publicado em revistas científicas, meio de difusão de mais fácil acesso ao público e pesquisadores.

O objetivo deste estudo é identificar a quantidade de dissertações produzidas a partir da temática Turismo LGBT, nos Programas de Pós-Graduação em Turismo [PPGTURs] no Brasil; fornecendo uma aproximação maior com os estudos desenvolvidos pelos pesquisadores do tema, expondo as características mais evidentes das dissertações analisadas; especificamente o estudo busca identificar quais os sub-temas analisados pelas pesquisas, os referenciais teóricos que embasam a produção acadêmica voltada para o tema da não heterossexualidade e turismo; e, relacionar as/os pesquisadoras/es que abordam o assunto no âmbito nacional. A opção por não estender a busca para outras áreas do âmbito da pós-graduação, ocorre pela necessidade de apresentar pesquisas desenvolvidas nos PPGTURs, criando desta forma uma base de dados nacional de pesquisadores da temática. Portanto, este estudo apresenta uma análise bibliométrica das dissertações que trabalham a temática LGBT, sua relevância consiste em traçar um panorama acerca das discussões acadêmicas na área do turismo em torno da temática.

Para além desta nota introdutória, se expõe a seguir a necessidade de estudos de gênero e sexualidade, traça-se a metodologia da pesquisa, além de descrever, de modo sintético, as dissertações encontradas na referida busca, complementados pelas análises sobre tais produções acadêmicas, e por fim é exposto às considerações finais e as respectivas referências bibliográficas.

A PROFÍCUA RELAÇÃO DAS PESQUISAS DE SEXUALIDADE NO TURISMO

O bar Stonewall Inn, localizado em Greenwich Village (Nova York) foi palco da repressão e truculência policial por diversas ocasiões. Em 28 de junho de 1969, tornou-se palco do mais importante marco dos tempos modernos referente à história do movimento gay. Os policiais foram atacados pelos homossexuais com garrafas e pedras, ao que a polícia pediu reforços, assim a cidade parou para ver a briga entre policiais e LGBTs, que se prolongou por cinco dias (Green, 1999, 2019; Trevisan, 2000, 2018; Nunan, 2003). A partir disso, a data é comemorada como o Dia Internacional do Orgulho LGBT, o que leva a

realização de Paradas do Orgulho ao redor do globo. Este evento representa fortemente o turismo LGBT, porém não pode restringir-se a eles.

Ainda no século XXI existe um tabu ao abordar a sexualidade, aonde o machismo impede que muitos homens expressem seus sentimentos, existindo certo vangloriamento das conquistas sexuais, colocando as mulheres enquanto objetos sexuais (Rubin, 1975; Butler, 1990; de Lauretis, 1991). Para romper com essas barreiras estudiosos *queers*, feministas, de gênero e sexualidade começaram a intensificar suas publicações após a década de 1970, o que permite conhecer as múltiplas identidades, as vivências dos corpos e dos desejos (Foucault, 1988; Louro, 2000).

O potencial que a teoria possibilita está longe de ser alcançado, para Butler (2005), Muñoz (2009) e Jones (2013), a teoria queer busca orientar para a racionalidade de um futuro onde as relações se constituam de forma pacífica, não violenta, possibilitando pensar novas formas de viver e experimentar as sexualidades, de modo não normativo. A diversidade de formas de pensar e agir perante o mundo vem sendo construída (Rumens, 2018), as práticas sociais também se alteram no tempo. O uso da teoria queer não é tão recente como se supõe, desde o final da década de 1990, ela vem sendo debatida e construída, tanto na forma de militância como acadêmica.

Muitos dos teóricos queer como Butler (1990), Warner (1993), Halperin (2012), Louro (2001) e Edelman (2004) buscam na prática do *queering*, meios de criticar e transcender processos normativos já existentes. Logo, a teoria queer busca romper com as convenções sociais da (hetero) sexualidade, incutindo dinamismo a corrente teórica, motivando que os estudiosos argumentem contra a legitimação disciplinar e a categorização, com base nos três discernimentos da teoria queer: feminismos, sexualidades e identidades.

As pesquisadoras Tonatto e Sapiro (2002) relatam a visível falta de estudos sobre sexualidade, mencionando a necessidade de abordar tais questões com devidos subsídios científicos. Nesta linha de pensamento Silva e Megid Neto (2006) apresentam que a primeira produção acadêmica (dissertação) sobre sexualidade data de 1977, apresentada e defendida na Unicamp. Para as autoras a produção da pesquisa só foi possível, pois, provavelmente, houve abertura política no país, diante de um conservadorismo já existente nas instituições.

Essa escassez de produção científica sobre o tema das sexualidades foi gradualmente diminuindo no Brasil, parcialmente por conta da criação da Associação Brasileira de Estudos da Homocultura [ABEH], eventos científicos, grupos de pesquisa, acrescido de leituras individuais que possibilitam aos estudantes formar um *self*, uma identidade em permanente construção refletida em produções acadêmicas, mas intensa nas ciências sociais e humanas.

Essa diferenciação dos públicos tem raízes que são encontradas nos históricos da criação do sujeito homossexual, enquanto categoria médica e jurídica (Foucault, 1988), posteriormente ao Movimento LGBT, o acontecimento social de “sair do armário” (Sedgwick, 1990), possibilita que esses sujeitos possam se expressar com mais liberdade e evidência.

Pesquisas de mercados, estritamente de características econômicas, refletem este segmento estimulados pelo *pink money*⁴ (Hughes, 2006) colocando o turista LGBT como um nicho de mercado vantajoso da economia turística (Organização Mundial do Turismo [OMT], 2017, International Gay and Lesbian Travel Association [IGLTA], 2019), em suma, as pesquisas focam nos impactos econômicos gerados pelo consumo de turistas LGBT, tomando como fontes investigações de empresas contratadas para esta finalidade, dentre as mais conhecidas a *Community Marketing Insights* [CMI], OutNow, LGBT Capital.

⁴ O termo *Pink Money* serve para ilustrar de modo figurativo, o poder de compra ou o dinheiro gasto por LGBTs na aquisição de produtos e serviços.

Segundo dados da Organização Mundial do Turismo (OMT, 2017), os/as turistas LGBT representam de 3 a 7% do total de turistas mundiais. Estimando que esse público gasta 30% a mais do que os turistas heterossexuais. Para corroborar com a perspectiva da OMT (2017) as pesquisas desenvolvidas pela CMI, OutNow e LGBT Capital são postas como universais, no entanto, a fragilidade destes relatórios consiste em refletir o percentual de gastos em turismo de uma parcela do público LGBT que residem em países desenvolvidos, onde o poder de compra é maior se comparado com os países em desenvolvimento. De certo modo o objetivo centra-se em criar uma imagem de fácil aceitação dos/das turistas LGBT, imagem essa vinculada ao *pink money*.

O surgimento desta “pink economy” e a visão que gays representam um importante nicho do mercado a ser explorado podem contribuir para a construção de uma imagem de gays como consumidores vorazes e casais homossexuais como um ideal mercadológico, como dizem os americanos, duas rendas e nenhuma criança (“DINKs”, ou “double income, no kids”) (Marsiaj, 2003, p. 142).

No que tange aos aspectos sociais, os estudos envolvendo homossexualidade e turismo são poucos, em menor quantidade há ainda pesquisas que atrelam o turismo LGBT com o turismo sexual (Neves & Brambatti, 2019) e conseqüentemente seus impactos na sociedade visitada, entre outras peculiaridades e particularidades. Perfaz uma lacuna existente nas pesquisas, pois há notoriedade na mídia que o turismo LGBT possui destaque para a economia, visto que o público é bem-sucedido e esclarecido, fato que não é unânime, negligenciando as diferenças sociais entre a população. Essa é uma afirmação que vem sendo feita há muito tempo, contudo sem considerar outros fatores sociais desse segmento.

Nunan (2003) percebe como importante conhecer as particularidades, os espaços sociais, os espaços de lutas políticas e as subculturas que a população LGBT vivencia. Este estudo busca descrever por meio de pesquisas bibliográficas e documentais, é através dos saberes compartilhados sobre as teorias do turismo - inicialmente concebido como - GLS (Gays, Lésbicas e Simpatizantes) por Oliveira (2002), Angeli (2004) e Trigo (2009) que este estudo se inicia, havendo nestas pesquisas uma consciência do perfil de turista, que se aprofundou em novos autores para melhor entendimento desta segmentação, havendo também uma evolução das siglas que remetem ao público LGBT.

Metodologia

A pesquisa bibliográfica oferta ao pesquisador conteúdos teóricos variados, que aumenta seu conhecimento e compreensão sobre a temática pesquisada. Quando o pesquisador opta por um material de alta qualidade, faz uma imersão sobre o estudo, sua produção pode ser *a posteriori* um novo material de consulta. Isto é, a pesquisa bibliográfica, é um ciclo, indispensável aos estudos qualitativos.

Todo e qualquer trabalho acadêmico requer um conhecimento sobre os livros, artigos, periódicos de modo impresso, eletrônico, entre outros, sendo imprescindível um processo metodológico, um certo caminho a seguir, como forma de ser racional e econômica para aquele que realiza a pesquisa (Souza, 2001, p. 59).

Segundo Creswell (2016, p. 32), na pesquisa qualitativa o autor busca compreender “o contexto ou o cenário dos participantes, visitando tal contexto e reunindo informações pessoalmente. Também interpretam o que encontram, uma interpretação moldada pelas próprias experiências e origens do pesquisador”.

Para Vergara (2012) a coleta de dados pode ocorrer pela observação do pesquisador, durante o processo de pesquisa, em diversas formas e contextos. Nascimento

(2015, p. 20) acredita que o pesquisador pode tomar nota em diversos meios, como em “documentos, jornais, papéis oficiais, registros estatísticos, fotos, discos, filmes e vídeos [...] qualquer objeto que possa contribuir para a investigação de determinado fato ou fenômeno”.

Para seleção das Instituições de Ensino Superior (IES) recorreu-se à Plataforma Sucupira (2019), que apresentou dez universidades com programas “avaliados e reconhecidos” em Turismo e Hospitalidade; posteriormente realizou-se outra busca na Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo (ANPTUR), que fez acrescentar duas novas instituições ao *corpus* da pesquisa, sendo uma instituição membro efetivo da ANPTUR e outra que ofertou o curso de Mestrado em Cultura e Turismo, realizando defesas de dissertações entre os anos 2003 a 2010. A inclusão destas duas IES é pertinente para o presente estudo por apresentar pesquisas que relaciona com a temática LGBT, justificando assim a busca para além da Plataforma Sucupira (2019).

Para elaborar este estudo, o rol de produções científicas a serem analisadas centrou-se nas dissertações que relacionam a temática do Turismo LGBT desenvolvidas nos Programas de Pós-Graduação em Turismo [PPGTUR] das universidades brasileiras, para tanto ocorreu o acesso às páginas de internet oficiais dos programas, banco de dissertações e teses das instituições da qual fazem parte. O que resultou em 1486 dissertações defendidas entre os anos de 1997 até o primeiro semestre de 2019, nestas dissertações buscou-se por aquelas que contivessem nos títulos ou palavras-chave as seguintes categorias de busca: “homossexuais/homossexualidade, gays, lésbicas, LGBT, GLBT, GLS, queer”, sendo úteis a este estudo apenas 7 dissertações que tratavam diretamente do assunto.

A primeira busca pelas dissertações ocorreu em julho de 2018, posteriormente uma nova busca ocorreu em julho de 2019, na expectativa de que novas defesas tenham ocorrido, mas o cenário não foi alterado. As defesas de Avena (2005), Vieira Junior (2008), Lopes (2009), Nascimento (2015), Guerra (2015), Tadioto (2016) e Moreira (2017), encontram-se no primeiro bloco desta análise, que podem ser melhor visualizados no Quadro 1.

Quadro 2: Dissertações com temática LGBT nos PPGTURs

Autor(a)	Título da Dissertação	Ano	IES ⁵
Daniella Tebar Avena	A Hospitalidade e o consumo nos meios de hospedagem pelos homossexuais: Um estudo de caso de Curitiba-PR	2005	UAM
Astor Vieira Júnior	Turismo GLBT na costa do cacau: Uma alternativa econômica para o sul da Bahia?	2008	UESC
Katiuska Priscila Galindo Lopes	Homossexualidade e sociedade paulistana na década de 1950	2009	UAM
Fernanda Rilna Fonteles Nascimento	A oferta de lazer para o segmento do mercado LGBT na cidade de Fortaleza, Ceará	2015	UECE
Agatha Rita Dorotéia Tavares Guerra	O turismo LGBT em Brasília desafios do lazer e da hospitalidade	2015	UnB
Mateus Vitor Tadioto	O lugar discursivo do sujeito no segmento turístico GLS	2016	UCS
Maicon Gularte Moreira	iTRAE TUS COLORES! A (sex)usualidade no turismo LGBT	2017	UCS

Fonte: O autor (2020).

Para representar visualmente os estudos analisados, por meio do software Wordle foi criado duas nuvens de palavras, tomando como base as palavras-chave propostas pelos

⁵ Instituições de Ensino Superior: Universidade Anhembi Morumbi (UAM); Universidade Estadual de Santa Cruz (UESC); Universidade Estadual do Ceará (UECE); Universidade de Brasília (UnB); Universidade de Caxias do Sul (UCS).

autores e os autores referenciados nas dissertações; enquanto o mapa de rede foi utilizado o software Gephi, que após estabelecer nós (pesquisadores) e arestas (referencial bibliográfico), apresentou as ligações entre si. Nesta etapa, analisou-se o vínculo que os pesquisadores criaram entre si, seja pela adoção de palavras-chave ou pelo uso de referências bibliográficas em comum. A Figura 1 representa as etapas metodológicas deste estudo.

Figura 1: Desenvolvimento metodológico da pesquisa



Fonte: O autor (2020).

Na próxima seção, apresenta-se um panorama sobre os estudos do turismo LGBT, também os autores e as autoras que tem se debruçado a respeito da temática. A seção mostra-se útil para o processo de conhecimento da pesquisa, fornecendo um panorama acerca das pesquisas em turismo e/ou turista LGBT.

Descrição das dissertações com temática lgbt

A primeira dissertação, intitulada “Hospitalidade e o consumo nos meios de hospedagem pelos homossexuais: um estudo de caso de Curitiba-PR”, data de 2005 sob autoria de Daniella Tebar Avena, que a defendeu na Universidade Anhembi Morumbi. No estudo, Avena (2005) investiga a relação com o consumo de meios de hospedagem por homossexuais em Curitiba, unindo teorias da psicologia, antropologia e da sociologia. Busca no estudo analisar a hospitalidade direcionada a este público, na percepção dos consumidores de classe média e alta, hospedados na cidade no mês de junho de 2004. Para tanto Avena (2005, p. 12) caracterizou o homossexual, enquanto homem e mulher “cuja orientação sexual e afetiva é para com pessoas do mesmo sexo biológico”, vez que estas são as identidades da amostra da pesquisa. A autora opta por não fazer estudos com bissexuais e transgêneros, pois “suas identidades e inserção social variam consideravelmente em relação aos homossexuais masculinos e femininos”.

A autora elabora quatro constructos na dissertação, onde investiga os conceitos de identidade homossexual, o preconceito, o estigma e a premissa cultural, trazendo luz ao entendimento do homossexual à sociedade; no segundo constructo traz nuances do movimento homossexual no Brasil, conferindo sua importância construção de uma identidade específica; no terceiro capítulo aborda os conceitos de consumo e a influência da mídia, observando que o consumo é um sistema de significados (Campbell, 1995)⁶, um processo de satisfação (Baudrillard, 1989)⁷ e uma forma de participação social (Canclini, 1997)⁸; por fim, apresenta teorias da hospitalidade em relação com a homossexualidade com base na pesquisa de campo.

⁶ Campell, J., & Moyers, B. (1990). *O poder do mito*. São Paulo: Palas Athenas.

⁷ Baudrillard, J. (1997). *O sistema dos objetos*. São Paulo: Ed. Perspectiva.

⁸ Canclini, N. (1997). *Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização*. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ.

Desta forma a dissertação, traz considerações sobre: identidade, preconceitos, subcultura e comportamento de consumidor homossexual, os resultados apresentados por Avena (2005, p. 106) apontam que “a principal busca deste público não é por atendimento diferenciado e especial”, mas que se rompa com o “grande constrangimento durante a chegada e estada num meio de hospedagem”. Para a autora, “a hotelaria não está preparada para assimilar e entender este segmento. Muitos hotéis carecem de conhecimentos e informações sobre o público homossexual” (Avena, 2005, p. 107).

No extinto Mestrado em Cultura e Turismo, da Universidade Estadual de Santa Cruz, é defendida no ano de 2008 a dissertação “*Turismo GLBT na Costa do Cacau: Uma alternativa econômica para o sul da Bahia?*”, de autoria de Astor Vieira Junior. O estudo apresenta o turismo como meio de minimização dos impactos gerados pela crise na cacauicultura, em especial nas cidades de Ilhéus, Itacaré e Canavieiras (BA), valendo-se da segmentação de mercado como forma de inovação e vantagens. Vieira Junior (2008, p. 20) propõe “evidenciar as vantagens para o segmento GLBT em contar com uma oferta turística voltada para seus interesses e necessidades” e relacionar através de uma análise SWOT “a construção de um produto turístico voltado ao público GLBT”.

O turismo de natureza, aventura, sol e praia atrelado às características culturais e gastronômicas, conferem a região da Costa do Cacau, meios para o crescimento econômico, porém, os municípios supracitados não obtiveram sucesso sob a égide do modelo adotado, sendo necessário segundo Vieira Junior (2008, p. 16), a adoção das segmentações de mercado, onde “por conta de suas características, a atividade turística começa a encará-los [GLBT] com um dos mais promissores filões”, obviamente “de olho no potencial econômico desse público”.

O estudo, dividiu-se em seis capítulos, composto pela introdução; seguido da discussão histórica, pautada na criação da homossexualidade, a constituição de GLBTs e a busca por visibilidade; o terceiro capítulo aborda o turismo como atividade econômica, em específico o segmento GLBT, a partir de entrevistas coletadas pelo autor na Parada da Diversidade de São Paulo (2007) e dos consumidores de Porto Seguro (BA); o quarto capítulo aborda o turismo na Costa do Cacau (região sul da Bahia); o quinto analisa o território a partir da técnica SWOT; nas considerações finais, Vieira Junior (2008, p.145) apresenta o fracasso do “primeiro *resort* GLS do sul da Bahia”, mas traz que a existência de estabelecimentos gay-friendly “é uma potencialidade a ser seguida e aprimorada”, pois diante das constatações do autor, “o público GLBT é muito exigente”.

No ano de 2009, na Universidade Anhembi Morumbi, Katiuska Priscila Galindo Lopes, defendeu a dissertação “*Homossexualidade e sociedade paulistana na década de 1950*”. O estudo documental de Lopes (2009, p. 12) apresenta como a “homossexualidade foi se apresentando à sociedade e instituindo uma nova forma de manifestação sexual”. Para tanto a autora realizou uma pesquisa jornalística dos Jornais Folha da Manhã e Folha de São Paulo, dos anos 1950, 1954, 1955 e 1960, “totalizando 1.460 jornais e 54.388 folhas, o que resultou em 53 matérias para análise, sendo 7 policiais e 46 matérias diversas” (Lopes, 2009, p. 23), onde pode-se notar que a sociedade paulistana da referida década, não aceitava manifestações da homossexualidade, ocorrendo uma extensa repressão social e governamental.

O estudo de Lopes (2009) divide-se em três seções, onde: a primeira discute as questões históricas da homossexualidade e visibilidade no Brasil, trazendo análises do campo da sexualidade em Sanches (2006)⁹, Green e Polito (2006)¹⁰, Giddens (2004)¹¹, Fry

⁹ Sanches, V. K. C. (2006). *A discriminação por orientação sexual no contrato de trabalho*. Dissertação (mestrado) - Pontifícia Universidade Católica do Paraná. Curitiba, Brasil.

¹⁰ Green, J. N., & Polito, R. (2006). *Frescos trópicos: fontes sobre a homossexualidade masculina no Brasil (1870-1980)*. Rio de Janeiro: José Olympio.

¹¹ Giddens, A. (2004). *Sociologia*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.

e MacRae (1991) a constituição das características homossexuais, o conceito de sexualidade em Foucault (2007), de gênero em Butler (2003)¹², de modelo social em Trevisan (2007); a segunda seção aborda os conceitos de estigmas e guetos homossexuais de Goffman (1988)¹³ e Wacquant (2004)¹⁴, além dos signos do corpo em Mauss (2007)¹⁵; Le Breton (1992)¹⁶ e Lévinas (1997)¹⁷, relacionando posteriormente a teoria da dádiva com a homossexualidade; na terceira e última seção, expõe-se a tabulação dos dados e as informações no corpus documental, onde tece considerações.

A autora afirma que “os homossexuais não optaram pela exclusão social – a sociedade tratou de segregar-lhes os desejos” (Lopes, 2009, p. 128), muitos dos indivíduos homossexuais dissimulavam-se para serem inseridos numa sociedade heteronormativa, relata a autora que “muitos chegavam a se casar e ter filhos, mesmo mantendo constante relações sexuais com outros homossexuais na clandestinidade” (p. 128). Isso resultou na formação de guetos, ocorrendo “o surgimento de bares, *boites* e muitos cinemas, que favoreciam a sociabilidade de grupos homossexuais. Mesmo com a repressão e o preconceito vindo da sociedade paulistana” (Lopes, 2009, p. 129), na década de 1950 o sigilo da homossexualidade era imprescindível. Entende-se desta forma que os guetos promoviam uma interação de indivíduos homossexuais, ofertando-lhes uma identidade que com o passar dos anos formaria a comunidade LGBT.

Fernanda Rilna Fonteles Nascimento defendeu em 2015, na Universidade Estadual do Ceará, a dissertação “*A oferta de lazer para o segmento do mercado LGBT na cidade de Fortaleza, Ceará*”, estruturada em quatro capítulos: primeiramente apresenta a introdução ao tema; seguida de abordagem sobre a sexualidade e identidade de gênero, tendo o consumo papel principal no processo de exclusão-inclusão, tornando o público LGBT num segmento; o terceiro capítulo traz uma análise sobre a cidade de Fortaleza (CE), o público LGBT, a homofobia, os locais que frequentam, e as opiniões de 100 entrevistados que compõe a amostra do estudo, o que possibilita a autora a elaborar de um perfil socioeconômico deste público; o último capítulo apresenta as considerações finais.

A autora busca compreender as lógicas do mercado direcionado ao público LGBT, analisando a oferta de lazer na cidade de Fortaleza, para tanto a autora localiza e caracteriza os empreendimentos existentes, inquirindo os empreendedores sobre a motivação neste segmento de mercado, e correlaciona-os com a cidade e os demais setores produtivos. Nascimento (2015) identifica que o turista LGBT pode realizar maior quantidade de viagens, por diversos períodos do ano, com grande interesse em lazer, uma vez que é a maioria das pessoas LGBT possuem uma renda elevada. Isso reflete diretamente no setor de viagens e turismo, que precede o setor de entretenimento e outras áreas.

Portanto a autora aponta que há uma grande concentração de empreendimentos LGBT- friendly em Fortaleza (CE), principalmente em torno do Centro Dragão do Mar de Arte e Cultura, mas apresenta na pesquisa a existência de 98 boates, 86 bares, 05 saunas e 61 outros empreendimentos (Nascimento, 2015). No que se refere a idade do público LGBT e os locais de entretenimento, a pesquisadora assim os apresenta: jovens entre 16 e 32 frequentam mais bares e estabelecimento diversos, jovens entre 20 e 30 representam a faixa etária que mais frequenta boates, enquanto as saunas são majoritariamente frequentadas por um público com idade entre 40 e 50 anos; desta forma o público LGBT movimentava uma fatia considerável da economia local (*pink money*).

Agatha Rita Dorotéia Tavares Guerra, defendeu na Universidade de Brasília (UnB), a dissertação “*O Turismo LGBT em Brasília: desafios do lazer e da hospitalidade*” em 2015.

¹² Butler, J. (2003). *Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.

¹³ Goffman, E. (1988). *Estigma. Notas sobre a manipulação da identidade deteriorada*. Rio de Janeiro: LTC Ed..

¹⁴ Wacquant, L. (2004). Que é Gueto Construindo um conceito sociológico. *Revista Sociologia Política*, 23, 2004.

¹⁵ Mauss, M. (2007). *Sociologia e Antropologia*. São Paulo: Cosac Naify.

¹⁶ Le Breton, D. (2010). *A sociologia do corpo*. Petrópolis, Vozes.

¹⁷ Lévinas, E. (1997). *Entre nós: ensaios sobre a alteridade*. Petrópolis: Vozes.

Guerra (2015) analisa a oferta de lazer na cidade de Brasília (DF) e a possibilidade do turismo para o público LGBT de classes socioeconômicas A e B na perspectiva da hospitalidade; no estudo, Guerra (2015) diagnostica a oferta de lazer, os atrativos, serviços e produtos turísticos para o segmento LGBT; faz um levantamento de dados sobre tal segmento na cidade; e, apresenta um perfil do turista LGBT a partir das referências obtidas nos dados coletados.

A autora toma como base os estudos de Oliveira (2002), Reinaudo e Bacellar (2008)¹⁸, Vasconcelos e Amorim (2012)¹⁹, para apresentar um perfil do turista LGBT, onde nas perspectivas destes autores, ancorado em Guerra (2002)²⁰, a autora expõe que este público detém alto nível de escolaridade e remuneração, seu consumo é exagerado, tem por características de serem um público exigentes, informados e raramente com filhos. Guerra (2015) traz no corpo da dissertação três capítulos, onde primeiramente apresenta o quadro teórico que envolve as discussões a respeito de gênero, homossexualidade e turismo; segue com a apresentação da metodologia utilizada para a coleta, análise e interpretação dos dados; apresenta no terceiro capítulo os resultados alcançados na pesquisa; fazem-se as considerações da autora.

Para Guerra (2015) a oferta turística para o público LGBT é composta de duas percepções, uma do ponto de vista do empresário e outra do consumidor, na primeira se concebe Brasília como um local aberto a diversidade e com diversos empreendimentos para o público LGBT, já os consumidores consideram o oposto, pouca ou nenhuma oferta. Guerra (2015) aponta a existência de 30 equipamentos direcionados ao público LGBT, sendo 16 na área de A&B, 8 baladas e 6 saunas; frisa a autora que não se deve fazer a comparação da capital federal com demais centros urbanos (como Rio de Janeiro, Salvador e Recife).

O turismo LGBT em Brasília, segundo Guerra (2015) apresenta-se de forma retraída, como hipótese a jovialidade da cidade, a baixa qualidade dos profissionais em atender esse público e, a ausência de políticas públicas em prol de LGBT. Para a autora os turistas LGBTs visitam a cidade por lazer, frequentando os locais gays conhecidos e consumindo acima da média (Guerra, 2015).

No ano de 2016, ocorreu na Universidade Caxias do Sul a defesa da dissertação “*O lugar discursivo do sujeito no segmento turístico GLS*” de autoria de Mateus Vitor Tadioto; esta dissertação traz a teoria analítica do discurso de Michel Pêcheux, onde o autor relaciona-a com três textos acerca do turismo GLS (Angeli, 2004; Oliveira, 2002; Trigo, 2009), apresentando um caminho teórico que visa problematizar a apropriação da sigla GLS pelo mercado turístico e pela Academia. Tadioto (2016, p. 13), fazendo análise dos referidos textos científicos propõe “observar criticamente, o modo como a própria academia estabiliza, organiza e valida saberes que servirão de base para os processos de planejamento e prática”.

O autor acredita haver uma determinada censura sobre certos temas, alguns validados pelo mercado turístico e pela academia, outros refutados ou tratados com cautela. O autor se posiciona como um pesquisador e produtor de conhecimento não neutralizado, rompendo assim com o positivismo. Desta forma Tadioto (2016) busca analisar o Discurso Turístico sobre a construção do conceito de segmento GLS. Apresenta seu estudo em 04 partes, inicialmente situa o percurso da pesquisa; contextualiza a análise do discurso sob os campos da linguística, do materialismo histórico e da psicanálise; faz explanação acerca do

¹⁸ Reinaudo, F., & Bacellar, L. (2008). *O mercado GLS: como obter sucesso com o segmento de maior potencial da atualidade*. São Paulo: Ideia&Ação.

¹⁹ Vasconcelos, B.; Amorim, D. (2012). *A força do consumo gay*. Correio Braziliense, Brasília, 25 nov. 2012. Caderno Cidades + Política e Economia no DF, p. 29. Vasconcelos, B.; Amorim, D. (2012). *Cena LGBT impulsiona lucro*. Correio Braziliense, Brasília, 25 nov. 2012. Caderno Cidades, p. 31.

²⁰ Guerra, A. R. D. T. (2002). *Turismo homossexual no Brasil: um segmento em expansão*. 58 f. Monografia, Universidade de Brasília, Brasília, Brasil.

“Turismo, Mercado e Segmentação”; adentra com mais afinco no Turismo GLS; e finaliza apresentando as considerações finais do estudo.

A característica do estudo, não possibilita uma finalização do tema, porém deixa em aberto novas possibilidades de análise e abordagens. Tadioto (2016, p. 78) utiliza do termo do Discurso Turístico Acadêmico GLS, onde o autor percebe haver uma incoerência de “discurso turístico voltado ao mercado [que] acaba por reduzir a complexidade do sujeito a questões comportamentais baseadas em estereótipos e senso comum, desconsiderando, inclusive, o efeito da história na constituição do saber”.

Tadioto (2016) chama atenção para os perigos da generalização de perfil de consumidor, pois observa grande influência de ideais administrativos que reduzem o turista a dados sob características sociais e comportamentais, não apresentando a totalidade dos grupos. Isto porque o autor identifica que “grupos como Travestis, Transexuais e Transgêneros são colocados em uma posição de impossibilidade com relação ao consumo do Turismo no segmento” (Tadioto, 2016, p. 81), o que leva ao fato de pensar o turismo como uma forma de discurso.

Maicon Gularte Moreira, também da Universidade de Caxias do Sul, defendeu em 2017 a dissertação intitulada “*¡Trae Tus Colores!: a (sex)usualidade no Turismo LGBT*”, o estudo propõe problematizar o segmento LGBT, com base em mecanismos de interpelação que produzem o sujeito LGBT como turista LGBT, para tanto autor utiliza do folheto promocional da “¡TRAE TUS COLORES!”, que promoveu o Brasil como um destino turístico LGBT, na Espanha em 2014.

Moreira (2017) extrai deste folheto oito sequências discursivas. Tal estudo caracteriza-se por ser uma pesquisa-resistência, pois visa produzir conhecimento sobre si, reivindicando seu lugar de fala, não sendo neutro na produção do estudo, sendo também “um documento político e de denúncia dos discursos que oprimem, marginalizam e assassinam os LGBT diariamente” (Moreira, 2017, p. 12). O estudo, escrito em primeira pessoa, traz as percepções da trajetória do autor, no qual tece críticas acerca da segmentação, por segmentar quais LGBTs podem ser turistas, a compreender, gays e lésbicas com disponibilidade de renda, supostamente sem filhos, com disponibilidade para gastos em atividades culturais e de lazer.

O autor se posiciona como sujeito não-heterossexual, pesquisador e ativista, e descreve que não há uma pergunta-problema que deva nortear as pesquisas sobre o segmento de turismo LGBT, logo, seu objetivo é problematizar a academia, inserindo mais questões, ao invés de respostas. Moreira (2017, p. 31) debruça-se nas “questões que envolvem a interpelação do sujeito do inconsciente pela ideologia para que ele se desloque”, o desejo é o ponto central deste esquema elaborado pelo autor, que o faz sob uma ótica marxista no campo do turismo.

Moreira (2017, p. 47) percebe o turismo “enquanto campo que contribui para a reprodução dos modos de produção dominante e os desdobramentos sobre a subjetividade do sujeito LGBT interpelado em turista”.

Para Moreira (2017), o turismo é feito de interpelações, e esta não pode ocorrer sem a identificação dos sujeitos enquanto turistas, desta forma dá-se sentido aos deslocamentos; o autor apresenta uma “falha” do turismo ao atribuir ao sujeito a motivação de viagem, um comportamento e um perfil de consumo, mas, nega-lhe a possibilidade de inscrição do seu desejo. Na necessidade apresentar novas problematizações Moreira (2017, p. 85) aponta que ao segmentar LGBTs em uma lógica de mercado se cria “um perfil de turista como uma forma de falar do sujeito, de interpelá-lo, de identifica-lo. A imagem que o Outro oferece ao sujeito para dizer aquilo que o sujeito precisa ser para ser amado, aceito, respeitado, não violentado”.

Análises referente às produções científicas

Percebe-se o uso de siglas variadas para se retratar o público gay, lésbica, bissexual e transgêneros, isso se dá pela própria evolução da sigla ao longo do tempo, como dito no início do estudo, o Luiz Trigo, clássico pensador brasileiro do turismo, apresentou reflexões acerca do Turismo GLS, visto que à época era a sigla mais usual, representando Gays, Lésbicas e Simpatizantes (Trigo, 2009).

Na contemporaneidade paira uma questão ainda sem consenso de qual sigla adotar, LGBTTTQQA+ (Lésbicas, Gays, Bissexuais, Transexuais, Travestis, Transgêneros, Queer, Questionando, Intersexo, Assexuais e outros/as) englobaria a princípio toda a diversidade, porém há ainda quem adote variáveis múltiplas, incluindo (ou excluindo) alguma letra.

No que tange as percepções iniciais referente às dissertações, Tadioto (2016) recorre à sigla GLS, tida como ultrapassada por não englobar todos os indivíduos da comunidade não-heterossexual, porém o faz para demonstrar o espectro dos turistas de sua pesquisa; Vieira Junior (2008) adota a sigla GLBT, vemos a ordem das siglas invertidas, isso porque a sigla LGBT foi institucionalizada pela 1ª Conferência Nacional GLBT (Trigo, 2009), ocorrida entre os dias 5 a 8 de junho de 2008, trazendo 23 reivindicações para a área do turismo; Nascimento (2015), Guerra (2015) e Moreira (2017) adotam a sigla LGBT; Avena (2005) e Lopes (2009), ambas da Universidade Anhembi Morumbi adotam os termos homossexuais e homossexualidade, respectivamente.

Cinco dissertações fazem estudo em áreas geográficas específicas, de diferentes regiões do Brasil, Curitiba (PR), Costa do Cacau (Ilhéus, Itacaré e Canavieiras (BA), São Paulo (SP), Fortaleza (CE) e Brasília (DF); enquanto duas dissertações abordam o turista, enquanto sujeito.

Tadioto (2016) e Moreira (2017), ambos egressos da Universidade de Caxias do Sul [UCS], foram orientados pela Profa. Dra. Luciene Jung de Campos, suas dissertações são elaboradas em primeira pessoa e trazem em seu bojo a Análise do Discurso de Michel Pêcheux. Maicon G. Moreira foi agraciado com o Prêmio Mestre Destaque pela produção da dissertação no XV Seminário da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo [ANPTUR] ocorrida em São Paulo, no ano de 2018.

Ainda que nas dissertações descritas não se encontra relação direta com o prazer, ou seja, abordagens hedonistas, transversalmente os pesquisadores relatam que dentre os interesses dos turistas LGBT encontra-se o apreço pela gastronomia (Vieira Júnior, 2008; Nascimento, 2015), a busca por relaxamento e por atividades de lazer (Nascimento, 2015), por cultura (Lopes, 2009), que em partes refletem a filosofia hedonista.

Katiuska Lopes (2009) apresenta nos estudos um registro da Historiografia da Homossexualidade e faz uma apresentação do movimento LGBT, mesma atitude tomada por Avena (2005), para que se possa compreender de melhor modo as raízes históricas dos indivíduos, muito antes de serem turistas, essa população teve de lutar para conquistar seu espaço na família, na sociedade, nas cidades. Estas inserções são fundamentais para que pessoas sem grande domínio da realidade LGBT compreenda como se dá as relações socioculturais entre esse público, podendo ser ampliadas pela pesquisa de Nascimento (2015) que traça um perfil socioeconômico e demográfico dos turistas.

A Parada do Orgulho LGBT de São Paulo, serve como palco da maior celebração LGBT do mundo, além disso, fornece material para pesquisa para estudiosos do turismo e demais áreas do saber; Vieira Júnior (2008, p. 61) utiliza deste evento para afirmar que o “Turismo GLBT [é] um segmento em ascensão”. Vieira Júnior (2008) percebe as Paradas do Orgulho LGBT como reflexo das lutas do movimento LGBT, de fato são parte das conquistas, as *prides* são espaços para se comemorar anualmente o fato de estar vivo, por isso sua forte relação com o turismo. Foi depois de Stonewall que o movimento gay passou a centrar as suas reivindicações em direitos e proteções (Green, 1999, 2019; Trevisan, 2000, 2018; Nunan, 2003).

Moreira (2017) relata ter tido contato com a teoria queer enquanto acadêmico, o que possibilitou ampliar seus horizontes de estudos sobre a diversidade, este estudo traz uma explicação da Teoria Queer.

Sem estabelecer nenhum refinamento ou filtro entre as palavras-chave apresentadas nas dissertações, utilizando da estratégia e recurso tecnológico de nuvem de palavras (*wordcloud*), tal como proposto por Prais e Rosa (2017), utilizado o software Wordle® elaborou-se a Figura 2, que contém 34 palavras-chave.

Figura 2: Nuvem de Palavras-chave



Fonte: O autor (2020).

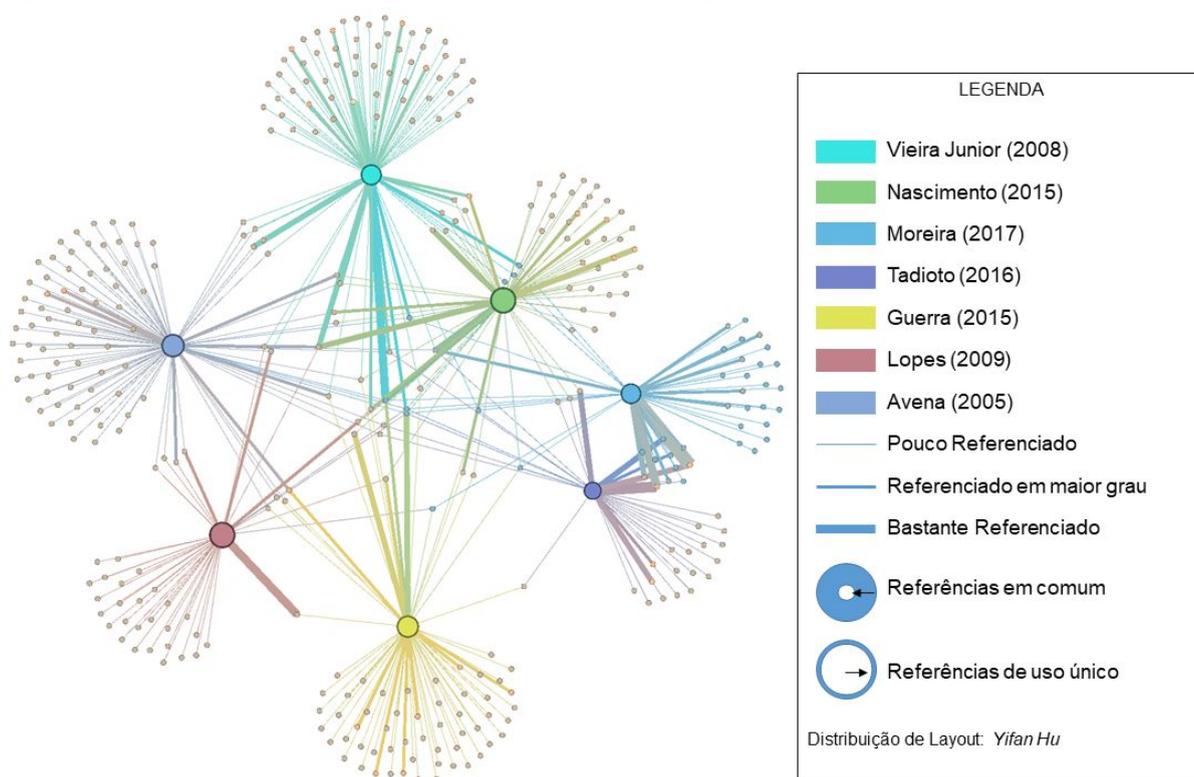
Neste quesito, o que é relevante observar é que os termos Turismo e LGBT aparecem com maior incidência, seguidos por Hospitalidade, Lazer, Homossexualidade e Discurso; Segmentação e Segmento diferenciam-se entre si, ainda que com o mesmo teor. As demais palavras-chave propostas pelos autores tem uma aparição cada.

É também perceptível na Figura 1 que os termos específicos de cada estudo aparecem em menor tamanho, o que revela a diversidade dos estudos realizados pelos autores, por exemplo, pode-se atentar para as menções das localidades em análise; quanto as siglas que se referem às identidades se nota que há um maior uso da sigla LGBT, a aparição de GLS e GLBT não diz respeito ao ano de elaboração do estudo, ainda que o uso de GLS seja mais antigo, Tadioto (2016) assim preferiu utilizá-la, já a sigla GLBT adotada por Vieira Junior (2008), sigla que antecede LGBT, como é mencionado em Trigo (2009).

Ademais, termos usuais do turismo aparecem na nuvem de palavras, remetendo às características do estudo, a exemplo de Consumo e Meios de Hospedagem; nessa mesma lógica, termos da área LGBT aparecem fazendo o elo com o turismo, tais como Sexualidade, Sociabilidade, Ideologia; por fim se nota as palavras-chave que se relacionam com os destinos: Fortaleza, Ceará, Brasília, Ilhéus, Itacaré e Canavieiras.

Todas as dissertações analisadas são de caráter qualitativo, adotando referenciais teóricos em comum. A Figura 3 possibilita identificar quais teóricos são os mais usuais nas dissertações em análise, por meio da nuvem de palavras se nota que Foucault (1988) e Oliveira (2002) são os que apresentam maior incidência, sendo que cada autor possui relação direta com uma área em específico, sexualidade e turismo GLS – respectivamente;

Figura 4: Rede de conexões teóricas entre as dissertações



Fonte: O autor (2020).

Os teóricos que abordam as perspectivas de gênero e sexualidade, são abordados em determinados graus e intensidades em cada dissertação, visto a necessidade desta abordagem nos estudos, entretanto algumas dissertações realizam o uso destes teóricos com mais intensidade. O uso eminente dos pensadores do turismo releva que são traçadas relações entre os estudos de sexualidade e turismo nas diferentes perspectivas, como planejamento e marketing turístico.

Desta forma, fica claro que os estudos contribuem para uma nova perspectiva do turismo, rompendo com alguns dogmas das Universidades, como o machismo e a homofobia institucionalizada. As dissertações apresentam caráter inovador ao trazer uma temática como a homossexualidade para os PPGTURs, o que confere uma possibilidade de análise do turismo LGBT para além do *pink money*, porém, restritas as linhas de pesquisas das instituições, o que não se aplica as produções acadêmicas sobre turismo LGBT no âmbito da graduação. O uso de diferentes teóricos para embasar as dissertações revelam a diversidade de abordagens das pesquisas desenvolvidas nos PPGTURs, como comprova que há uma forte presença das discussões de gênero e sexualidade nas dissertações, ainda que sejam parcas as mesmas discussões nos programas e até mesmo na área do turismo.

Conclusão

Passados vinte e três anos da primeira dissertação brasileira apresentada no Programa de Pós-Graduação em Turismo, pouco se tem avançado nas investigações sobre o Turismo LGBT. Das 1486 dissertações que compõe o universo analisado, apenas 7 vinculam-se com o assunto, o que representa 0,47% da totalidade. Comprovando o exposto na nota introdutória deste estudo, que há uma escassez de pesquisas sobre o segmento.

Esta limitação de estudos sobre turistas LGBT, em especial sobre as turistas lésbicas e transexuais, revelam certa negligência com a diversidade humana. A atividade turística não é homogênea, tal como os turistas LGBT não o são, há sub nichos dentro da própria comunidade que não foram abordados com grande afinco, o que representa um abismo que carece de ser transposto.

O interesse pela elaboração das dissertações parte do/da mestrando/da, que pode esbarrar em dificuldades no Programa de Pós-Graduação, que envolvem linhas de pesquisa, financiamentos, pouca relação com a temática por parte do/da orientador/a, fragilidade do embasamento teórico, entre outras, que acabam por desmotivar a pesquisa. O que pode refletir na elaboração de dissertações em outros programas, como nas ciências sociais, geografia, administração, comunicação. Esta revisão contemporânea sobre o turismo LGBT traz avanços teóricos que possibilitam ampliar o conhecimento sobre este público, que ainda precisam ser ampliados, estudos que apresentem um perfil dos turistas, suas motivações, expectativas, satisfação, percepções das atividades turísticas podem contribuir para enriquecer ainda mais os saberes acerca do turismo realizado por lésbicas, gays, bissexuais, transexuais e *queers*.

Há de se romper com o estigma que o atrela ao turismo sexual. Os conhecimentos da área do turismo, da literatura especializada e dos aspectos do consumo turístico, apresentarão mudanças notáveis quanto ao entendimento do turismo LGBT se dada maior atenção acadêmica. O fato de a academia não realizar pesquisas acerca do público LGBT relacionando-o à atividade turística, oportuniza que “pesquisas de mercado” realize coleta de informações para suprir a carência de dados sobre oferta e demanda. Ocorre que por incentivar que mais turistas viajem e consumam determinados produtos, instigam a um padrão de consumo para o público LGBT, não sendo incomum o direcionamento para alguns destinos e marcas, que por vezes patrocinam a elaboração das pesquisas, reforçando assim estereótipos que se consagram, como aqueles da sigla DINKS.

Possivelmente haverá maiores publicações tendo como ponto central o turismo LGBT, uma vez que se percebe um interesse em explorar este público, como segmento e como consumidores. Destinos tem procurado se promover como gay-friendly; agências de turismo passaram a elaborar roteiros especializados para atender à demanda; os hotéis estão instruindo seus colaboradores para melhor atender ao público LGBT. Segundo pesquisa elaborada pela IGLTA (2020), o turismo LGBT pode ser um meio rápido de retomada econômica do setor, que sofreu por conta da pandemia da COVID-19 (WTTC, 2020), ocasionada pela propagação do coronavírus tipo SARS-CoV-2.

Outro fator que pode induzir a novos estudos é a criminalização da LGBTfobia, a médio prazo se espera que a população passe a respeitar e conviver com a diversidade, o que refletirá em mais segurança para que o público LGBT viaje pelo país, desenvolvendo assim o segmento, tal como ocorre nos países europeus, tido como cases de sucesso.

Para prosseguimento deste estudo, novas análises em outras áreas do âmbito da pós-graduação, em periódicos nacionais e internacionais – que já apresentam uma quantidade maior de pesquisas – certamente contribuirão para formar um panorama sobre as produções científicas acerca do Turismo LGBT. O que possibilitará identificar pesquisas de áreas correlatas ao turismo, oportunizando compreender as visões holísticas da atividade turística. Outras percepções podem ocorrer a partir da ótica de cada pesquisador (Creswell, 2016), seja ele de qual área for, podendo as percepções refletirem conhecimentos prévios onde alguns pontos são exaltados. Todavia, reconhecer as especificidades do público LGBT se faz pertinente, aprofundamentos irão refletir as problemáticas sociais que não se relacionam diretamente com este estudo, mas que certamente são pertinentes para essa comunidade, em especial a segurança, a empregabilidade de pessoas trans, as identidades, as realidades múltiplas se consideradas por gênero, etnia e classe social.

Referências

- Angeli, E. A. (2004). Turismo GLS. In: Ansarah, M. G. R. (Ed.). *Turismo: segmentação de mercado*. São Paulo: Futura.
- Avena, D. T. (2005). *A hospitalidade e o consumo nos meios de hospedagem pelos homossexuais: um estudo de caso de Curitiba – PR*. Dissertação (Mestrado em Hospitalidade) – Universidade Anhembi Morumbi. São Paulo.
- Butler, J. (1990). *Gender Trouble: Feminism and the Subversion of Identity*. London, Routledge.
- Butler, J. (2005). *Giving an Account of Oneself*. Bronx: Fordham University Press.
- Clift, S. & Forrest, S. (1999). Gay men and tourism: Destinations and holiday motivations. *Tourism Management*, 20, 615–625.
- Cohen, S. A., Prayag, G., & Moital, M. (2014) Consumer behaviour in tourism: Concepts, influences and opportunities, *Current Issues in Tourism*, 17(10), 872-909.
- Creswell, J. W. (2016). *Projeto de Pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto*. 3ª ed. Porto Alegre: Artmed.
- De Lauretis, T. (1991). Queer theory: lesbian and gay sexualities. *Differences*, 3(2), iii–xvii.
- Eck, N. J. V. (2011). *Methodological Advances in Bibliometric Mapping of Science*. Rotterdam, Holanda: Erasmos University.
- Edelman, L. (2004). *No Future: Queer Theory and the Death Drive*. Durham, NC: Duke University Press.
- Foucault, M. (1988). *História da sexualidade I: A vontade de saber*. 13ª Edição. Rio de Janeiro: Edições Graal.
- Foucault, M. (2013). *Vigiar e punir: Nascimento da prisão*. 41ª. Ed. Petrópolis: Vozes.
- Fugate, D. L. (1993). Evaluating the Us Male Homosexual and Lesbian Population as a Viable Target Market Segment. *Journal of Consumer Marketing*, 10(4), p. 46-57.
- Green, J. N. (1999). *Além do Carnaval: a homossexualidade masculina no Brasil do Século XX*. São Paulo: UNESP.
- Green, J. N. (2019). *Além do Carnaval: a homossexualidade masculina no Brasil do Século XX*. 2ª Edição. São Paulo: UNESP.
- Guerra, A. R. D. T. (2013). Conjugalidade, parentalidade, regulação da cidadania e direitos humanos de lésbicas, gays e transgêneros no Brasil. *Cenário: Revista Interdisciplinar em Turismo e Território*, 1(1), 123-136.
- Guerra, A. R. D. T. (2015). *O Turismo LGBT em Brasília: desafios do lazer e da hospitalidade*. (Dissertação de Mestrado). Universidade de Brasília. Brasília.
- Guerra, A. R. D. T., Wiesinieski, L. C. B. da S., & Brasileiro, I. L. G. (2018). Lazer e turismo LGBT em Brasília/DF sob a perspectiva da hospitalidade. *Cenário: Revista Interdisciplinar em Turismo e Território*, 6(11), 85-91.
- Halperin, D. M. (2012). *How to Be Gay*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Haslop, C.; Hill, H.; & Schimidt, R. A. (1998). The gay Lifestyle- Spaces for a Subculture of Consumption. *Marketing Intelligence & Planning*, 16(5) 318-326.
- Hughes, H. L. (2006). *Pink Tourism: Holidays of Gay Men and Lesbians*. Wallingford: CABI.

- Hughes, H. L., & Deutsch, R. (2010). Holidays of older gay men: Age or sexual orientation as decisive factors? *Tourism Management*, 31, 454–463.
- International LGBTQ+ Travel Association. (2019). *About IGLTA*. Recuperado em 20 de julho, 2019, de <https://www.iglta.org/About-IGLTA>.
- International LGBTQ+ Travel Association. (2020). *IGLTA Post Covid-19 LGBTQ+ Travel Survey*. Recuperado em 20 de agosto, 2020, de <https://www.iglta.org/Post-COVID-19-LGBTQ-Travel-Survey>
- Jones, A. (2013). *A Critical Inquiry Into Queer Utopias*. New York: Palgrave Macmillan.
- Kates, S. M. (2002). The Protean Quality of Subcultural Consumption: An Ethnographic Account of Gay Consumers. *Journal of Consumer Research*, 29, 383-399.
- Kates, S. M. (1998). *Twenty Million New Customers! Understanding Gay Men's Consumer Behavior*. New York: Harrington Park Press.
- Lopes, K. P. G. (2009). *Homossexualidade e sociedade paulistana na década de 1950*. (Dissertação de Mestrado). Universidade Anhembi Morumbi. São Paulo.
- Louro, G. L. (Ed.) (2000). *O Corpo Educado: pedagogias e sexualidades*. Belo Horizonte: Autêntica.
- Louro, G. L. (2001). Teoria queer: uma política pós-identitária para a educação. *Estudos Feministas*, 9(2), 541-553.
- Marsiaj, Juan P. P. (2003). Gays ricos e bichas pobres: Desenvolvimento, desigualdade socioeconômica e homossexualidade no Brasil. *Cadernos AEL - Arquivo Edgard Leuenroth*, 10(18-19), 131-147.
- Melián-González, A., Moreno-Gil, S., & Araña, J. E. (2011). Gay tourism in a sun and beach destination. *Tourism Management*, 32, 1027–1037.
- Moreira, M. G. (2017). *iTrae Tus Cores!: a (sex)usualidade no Turismo LGBT*. (Dissertação de Mestrado). Universidade de Caxias do Sul. Caxias do Sul.
- Moritz, M. (1996) Reframing Gay and Lesbian Media Images: fundamental problems. In. Lester, P. *Images That Injure: pictorial stereotypes in the media*, pp. 143-148. Connecticut: Praeger.
- Muñoz, J. E. (2009). *Cruising Utopia: The Then and There of Queer Futurity*. New York: New York University Press.
- Nascimento, F. R. F. (2015). *A oferta de lazer para o segmento do mercado LGBT na cidade de Fortaleza, Ceará*. (Dissertação de Mestrado). Universidade Estadual do Ceará. Fortaleza.
- Neves, C. S. B. (2020). *Do descanso ao sexo: Um estudo das práticas hedonistas de lazer e prazer dos turistas gays*. (Dissertação de Mestrado). Universidade Federal do Paraná, Curitiba.
- Neves, C. S. B., & Brambatti, L. E. (2019). O comportamento do turista LGBT com relação ao consumo em viagens de lazer. *Rosa dos Ventos – Turismo e Hospitalidade*, 11(4), 832-846.
- Nunan, A. (2003). *Homossexualidade: do preconceito aos padrões de consumo*. Rio de Janeiro: Caravansarai.
- Oliveira, L. A. (2002). *Turismo para gays e lésbicas: uma viagem reflexiva*. São Paulo: Roca.

- Organização Mundial do Turismo. (2017). *Second Global Report on LGBT Tourism*. Madri: UNWTO.
- Plataforma Sucupira. (2019). *Cursos Avaliados e Reconhecidos*. Recuperado em 12 de julho, 2019, de <https://sucupira.capes.gov.br/sucupira/>.
- Prais, J. L. S; & Rosa, V. F. (2017). Nuvem de palavras e mapa conceitual: Estratégias e recursos tecnológicos na prática pedagógica. *Nuances: estudos sobre Educação*, 28(1), 201-219.
- Rubin, G. (1975). The Traffic in Women: Notes on the "Political Economy" of Sex. In: Rayna, R. R. (Ed.). *Toward an Anthropology of Women*, pp. 157-210. New York and London: Monthly Review Press.
- Rumens, N. (2018). *Queer Business*. New York, NY: Routledge.
- Sedgwick, E. K. (1990). *Epistemology of the Closet*. Berkeley: University of California Press.
- Silva, R. C. P, & Megid Neto, J. (2006). Formação de professores e educadores para abordagem da educação sexual na escola: o que mostram as pesquisas. *Ciência e Educação*, 12(2), 185-197.
- Supremo Tribunal Federal. Notícias. *STF enquadra homofobia e transfobia como crimes de racismo ao reconhecer omissão legislativa*. Recuperado em 10 de fevereiro, 2020, de <http://www.stf.jus.br/portal/cms/verNoticiaDetalhe.asp?idConteudo=414010>.
- Tadioto, M. V. (2016). *O lugar discursivo do sujeito no segmento turístico GLS*. (Dissertação de Mestrado). Universidade de Caxias do Sul. Caxias do Sul.
- Tonatto, S., & Sapiro, C. M. (2002). Os novos parâmetros curriculares das escolas brasileiras e educação sexual: uma proposta de intervenção em ciências. *Psicologia & Sociedade*, 14 (2), 163-175.
- Trevisan, J. S. (2000). *Devassos no Paraíso: a homossexualidade no Brasil, da colônia à atualidade*. Edição Revista e Ampliada. Rio de Janeiro: Record.
- Trevisan, J. S. (2018). *Devassos no Paraíso: a homossexualidade no Brasil, da colônia à atualidade*. Edição Revista, Atualizada e Ampliada. Rio de Janeiro: Objetiva.
- Trigo, L. G. G. (2009). Ascensão do prazer na sociedade atual: Turismo GLS. In: Panosso Netto, A., Ansarah, M. G., & Canton, A. M. (Ed.). *Segmentação do mercado turístico: estudos, produtos e perspectivas*. Barueri, SP: Manole.
- Vergara, S. C. (2012). *Métodos de Pesquisa em Administração*. 5ª ed. São Paulo: Editora Atlas.
- Vieira Junior, A. (2008). *Turismo GLBT na Costa do Cacaú: Uma alternativa econômica para o sul da Bahia?* (Dissertação de Mestrado). Programa de Pós-Graduação em Cultura e Turismo. Universidade Estadual de Santa Cruz. Ilhéus.
- Warner, M. (1993). *Fear of a Queer Planet: Queer Politics and Social Theory*. Minneapolis: University of Minnesota.
- World Travel & Tourism Council. (2020). Coronavirus puts up to 50 million Travel and Tourism jobs at risk says WTTC. Recuperado em 28 de março, 2020, de <https://www.wttc.org/about/media-centre/press-releases/press-releases/2020/coronavirus-puts-up-to-50-million-travel-and-tourism-jobs-at-risk-says-wttc/>.