

SEGURANÇA DE TURISTAS LGBTQIAPN+: UMA REVISÃO DA LITERATURA

Safety of LGBTQIAPN+ tourists: a literature review

Cristian de Oliveira Borges¹ & Solano de Souza Braga²

RESUMO

Este estudo investiga como a literatura acadêmica de turismo aborda a segurança de turistas LGBTQIAPN+, tema central, mas negligenciado nas pesquisas. Por meio de revisão sistemática, analisaram-se 53 artigos de periódicos de alto impacto utilizando palavras-chave como LGBT, gay, lésbica, transgender, queer. O agrupamento temático revelou seis categorias: marketing turístico, comportamento do turista, gestão hoteleira, relações comunitárias, segurança e revisões de literatura. Os resultados evidenciam lacuna crítica na abordagem de questões de segurança, com predominância de estudos focados em aspectos econômicos e de marketing. Esta marginalização é acentuada para identidades menos visibilizadas como transgêneros, bissexuais e intersexuais. A literatura prioriza dimensões comerciais negligenciando proteção integral contra discriminação e violência. Conclui-se pela urgente necessidade de pesquisas centradas na segurança, fundamentando políticas e práticas que assegurem proteção efetiva da diversidade LGBTQIAPN+ no turismo.

PALAVRAS-CHAVE

Turismo; Segurança; LGBTQIAPN+; Gênero; Diversidade.

ABSTRACT

This study investigates how tourism academic literature addresses LGBTQIAPN+ tourist safety, a central but neglected theme in research. Through systematic review, 53 high-impact journal articles were analyzed using keywords such as LGBT, gay, lesbian, transgender, queer. Thematic grouping revealed six categories: tourism marketing, tourist behavior, hospitality management, community relations, safety, and literature reviews. Results evidence a critical gap in addressing safety issues, with predominance of studies focused on economic and marketing aspects. This marginalization is accentuated for less visible identities such as transgender, bisexual, and intersex individuals. The literature prioritizes commercial dimensions while neglecting comprehensive protection against discrimination and violence. The study concludes there is an urgent need for safety-centered research, grounding policies and practices that ensure effective protection of LGBTQIAPN+ diversity in tourism.

¹ Cristian de Oliveira Borges – Mestrando em Turismo e Patrimônio (PPGTURPATRI). Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP), Ouro Preto, Minas Gerais, Brasil. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/5780703402323459>. E-mail: cristianborges08@gmail.com.

² Solano de Souza Braga – Doutor em Meio Ambiente e Desenvolvimento. Professor no curso de bacharelado em turismo e no mestrado em Turismo e Patrimônio (PPGTURPATRI) da Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP) Ouro Preto, Minas Gerais, Brasil. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/3774316982731542>. E-mail: solano@ufop.edu.br.

KEYWORDS

Tourism; Safety; LGBTQIAPN+; Gender; Diversity.

INTRODUÇÃO

A segmentação turística é uma ferramenta amplamente utilizada para o desenvolvimento de estratégias de marketing e planejamento no setor, consolidando-se como um dos principais métodos para o atendimento personalizado das necessidades dos visitantes e para maximizar o retorno financeiro de empresas e destinos (Netto & Ansarah, 2009). Esse processo permite que destinos e empresas identifiquem e compreendam as características e motivações específicas de diferentes perfis de turistas, possibilitando a criação de produtos, serviços e campanhas de comunicação direcionadas que otimizem a experiência de cada grupo e promovam um engajamento mais significativo.

Nesse contexto, o turismo LGBTQIAPN+ consolidou-se como segmento significativo nas últimas décadas, resultado de transformações sociais profundas que proporcionaram maior visibilidade e participação desta comunidade em diversos setores da economia. Conforme destaca a Organização Mundial do Turismo, essas mudanças foram majoritariamente positivas, permitindo que mais pessoas LGBT recebessem direitos iguais e proteção contra discriminação sob a lei, transformando o turismo LGBT em um poderoso veículo para o desenvolvimento econômico (OMT, 2017, p. 8-12). Esse processo permitiu que pessoas historicamente marginalizadas se estabelecessem como consumidores ativos no mercado turístico, sendo que a própria evolução terminológica - refletida na expansão da sigla para abranger identidades cada vez mais diversas - ilustra esse dinâmico processo de acolhimento e reconhecimento social (Reis, 2018).

O impacto econômico deste segmento demonstra sua relevância crescente no mercado turístico mundial. No cenário global, cerca de 36 milhões de viajantes LGBTQIAPN+ integram a indústria de viagens, representando entre 7% e 10% do mercado (OMT, 2017). No Brasil, os números também são expressivos: a Associação Brasileira de Turismo LGBT (ABTLGBT) aponta um crescimento anual de cerca de 11% para o setor, movimentando aproximadamente US\$3 bilhões, performance significativamente superior aos modestos 3,5% do turismo convencional (Altman, 2023). Esses dados evidenciam não somente o potencial econômico do segmento, mas também a necessidade de compreender suas especificidades para além dos aspectos meramente comerciais.

Entretanto, é comum que o segmento seja abordado somente do ponto de vista mercadológico, reduzindo o foco às questões econômicas e de perfil de consumo, muitas vezes negligenciando aspectos essenciais, como segurança, inclusão e respeito aos direitos humanos (Moreira & Campos, 2019). Embora esses aspectos financeiros sejam de fato importantes, limitar a análise ao poder de compra não reflete a complexidade das necessidades e experiências dos viajantes LGBTQIAPN+. A ênfase exclusiva no potencial de mercado leva ao risco de abordagens estereotipadas e práticas superficiais que não captam a pluralidade e especificidades desse público.

Esse segmento também envolve desafios e necessidades adicionais em comparação com outros perfis turísticos. Questões de segurança, por exemplo, afetam de maneira significativa a experiência de viagem, uma vez que muitos viajantes enfrentam discriminação, assédio e até violência em alguns destinos. Para esse grupo, a escolha de destinos seguros é uma prioridade, influenciando diretamente suas decisões de viagem (Baker & Stockton, 2014). Locais percebidos como inseguros ou pouco acolhedores são frequentemente evitados, especialmente quando não oferecem um ambiente que assegure o bem-estar. Assim, a promoção de um ambiente seguro é essencial não somente para o crescimento desse mercado, mas para garantir o direito de viajar em condições de respeito e igualdade.

As pesquisas existentes indicam que os turistas LGBTQIAPN+ tendem a ser identificados por características econômicas e comportamentais, muitas vezes categorizados como “DINKs” (Double Income, No Kids), uma classificação que se aplica a casais sem filhos com renda dupla (Neves, 2021). No entanto, tal categorização é limitada e simplista, desconsiderando as múltiplas identidades e complexidades individuais no segmento. Ao priorizar o poder de compra e o comportamento de consumo, a literatura tende a negligenciar aspectos fundamentais, deixando de abordar as necessidades específicas de segmentos menos visibilizados, como pessoas transgênero, intersexuais, não binárias e outros.

Além disso, o turismo voltado a esse público transcende o lazer, promovendo reflexões sobre conceitos sociais e morais e requerendo ambientes acolhedores e seguros para que esses viajantes se sintam respeitados e confortáveis (Guzzo & Kovalski, 2013). No Brasil, a situação de segurança para esta população ainda é alarmante, com o país ocupando a 33ª posição no Índice de Segurança de Viagens para esse grupo (Asher & Lyric Fergusson, 2023). Dados do projeto Transrespect versus Transphobia Worldwide (TvT) indicam que mais de 4.000 assassinatos de pessoas trans ocorreram nos últimos 13 anos, sendo 1.645 registrados no Brasil

(TE, 2023). Esses números destacam a urgência de medidas efetivas para combater a violência e garantir a segurança e dignidade dessa comunidade no país.

Diante desse cenário preocupante, torna-se fundamental compreender como a academia aborda a questão da segurança no turismo LGBTQIAPN+. Este estudo analisa, como a literatura acadêmica de turismo trata o turismo LGBTQIAPN+. O objetivo é mapear o estado atual do conhecimento sobre este tema, contribuindo para uma compreensão mais ampla das necessidades de pesquisa e das oportunidades de políticas e práticas mais acolhedoras.

METODOLOGIA

Este estudo adotou a metodologia de revisão sistemática da literatura para compreender o panorama da pesquisa sobre turistas LGBTQIAPN+, com um foco especial na dimensão da segurança. A escolha por essa abordagem fundamenta-se na necessidade de mapear, analisar e sintetizar o conhecimento acumulado. Para orientar essa análise, a investigação partiu da seguinte questão: “Qual é o estado atual da produção científica sobre turistas LGBTQIAPN+ e como a temática da segurança é abordada nos periódicos de maior impacto da área?”. Responder a essa pergunta permitiu, identificar as principais correntes teóricas e, fundamentalmente, analisar em que medida a segurança é tratada como um elemento que estrutura a experiência turística dessa comunidade.

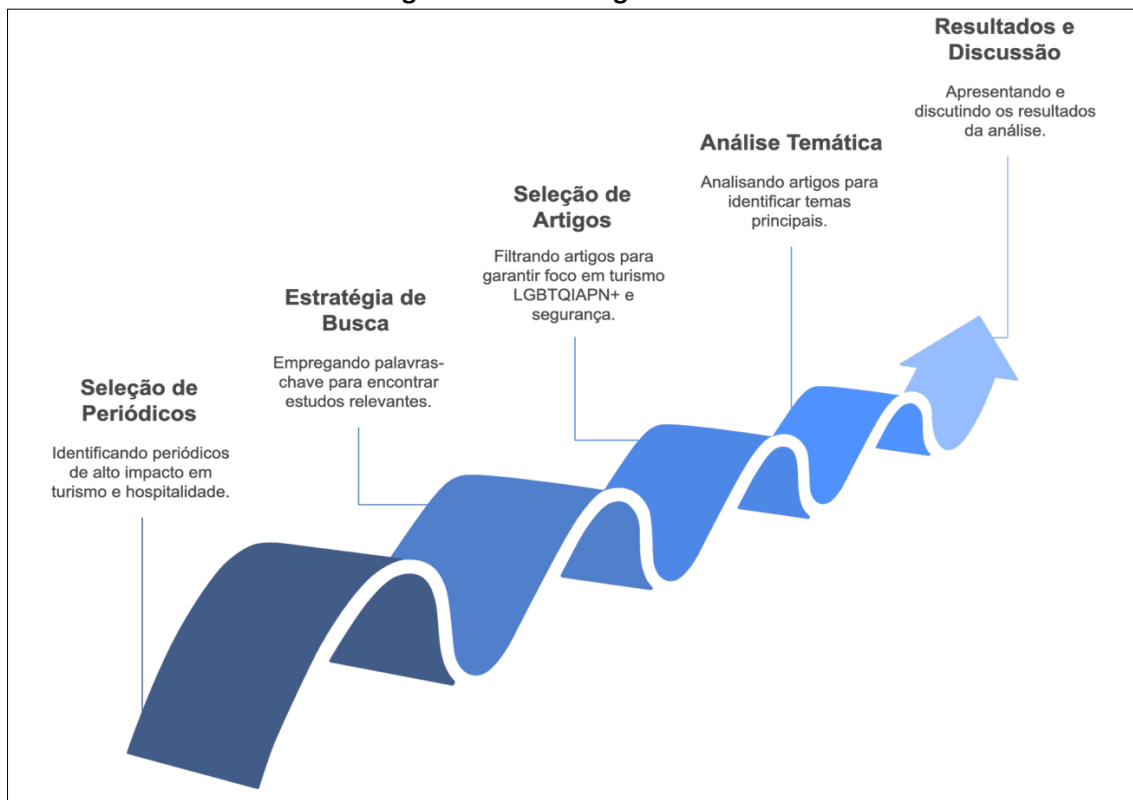
Para identificar os estudos mais relevantes, foram selecionados periódicos de alto impacto baseados no índice "h" do Google Scholar (Tabela 1). Para periódicos em inglês, utilizaram-se os dez primeiros da categoria "Tourism & Hospitality"; para português e espanhol, os dez primeiros pela palavra-chave "turismo", dada a ausência de categoria equivalente. Os periódicos apresentaram índices “h” variando entre 130 e 70 para publicações em inglês e entre 23 e 10 para publicações em português e espanhol no início de 2024, ano da coleta.

A estratégia de busca de estudos englobou o uso de palavras-chave em diferentes campos dos artigos, incluindo títulos, resumos e palavras-chave. Entre as palavras-chave utilizadas estavam LGBT, LGBTQIAPN+, gay, lésbica, homossexual, transexual, travesti, queer, bissexual, homofobia, lgbtfobia e transfobia, além de variações desses termos nas línguas inglesa, portuguesa e espanhola. Para assegurar que somente os artigos diretamente relevantes fossem incluídos, estudos que mencionavam os termos de forma tangencial, sem conexão com o turismo LGBTQIAPN+, foram excluídos da análise.

A busca sistemática resultou na seleção de 53 artigos relevantes, distribuídos em 45 publicações em inglês e 8 em português/espanhol. Todos os artigos foram organizados e gerenciados por meio do software Mendeley. Os critérios de inclusão asseguraram que somente estudos com foco explícito no turismo LGBTQIAPN+ fossem incorporados ao corpus de análise.

Para análise dos dados, adotou-se a abordagem de análise temática proposta por Thomas & Harden (2008), que permite identificar, analisar e relatar padrões (temas) nos dados. Por meio da identificação de padrões recorrentes, agrupamento por similaridades temáticas e análise comparativa entre estudos, emergiram seis categorias temáticas que estruturam a discussão dos resultados: Marketing Turístico; Experiências e comportamento do turista LGBTQIAPN+; Relações com a comunidade; Gestão hoteleira; Segurança e desafios; e Revisão da literatura.

Figura 1. Metodologia utilizada



Fonte: Elaborado pelos autores (2024).

RESULTADOS E DISCUSSÃO

A partir da metodologia estabelecida, foram identificados e selecionados 53 artigos. A análise temática teve como objetivo organizar os principais assuntos discutidos sobre o turismo LGBTQIAPN+ na literatura, conforme a Tabela 2. Após análise dos objetos de estudo, resultados

e discussões de cada artigo, emergiram temas recorrentes que se entrelaçam com questões pertinentes a segurança.

Tabela 1. Principais periódicos com maior Fator H que apresentam estudos sobre turismo LGBTQIAPN+ (em inglês, português e espanhol)

<i>Category - Tourism & Hospitality</i>				
#	Periódico	Índice	Mediana	Resultados
1	International Journal of Hospitality Management	130	194	5
2	Tourism Management	126	185	9
3	Current Issues in Tourism	94	143	2
4	International Journal of Contemporary Hospitality Management	92	127	4
5	Annals of Tourism Research	85	133	7
6	Journal of Sustainable Tourism	84	117	5
7	Journal of Travel Research	79	121	2
8	Tourism Management Perspectives	76	128	5
9	Journal of Destination Marketing & Management	75	111	2
10	Journal of Hospitality and Tourism Management	70	107	4
<i>PT-ES - Turismo</i>				
#	Periódico	Índice	Mediana	Resultados
1	PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural	23	35	2
2	Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo	19	27	1
3	Estudios y Perspectivas en Turismo	16	23	0
4	Turismo y Sociedad	15	23	1
5	Revista Interamericana de Ambiente y Turismo	14	28	0
6	Revista Turismo Estudos e Práticas-RTEP/UERN	14	18	2
7	Turismo: Visão e Ação	12	16	0
8	Rosa dos Ventos-Turismo e Hospitalidade	11	17	0
9	Revista Turismo em Análise	10	13	0
10	Revista Turismo & Desenvolvimento	10	12	2

Fonte: Google Scholar, (2024).

Tabela 2. Distribuição dos artigos por categoria temática

Categoria Temática	Artigos
Experiências, perfil e comportamento do turista	19
Imagem do destino e Marketing Turístico	12
Gestão e Hotelaria	10
Relações entre o turista e a comunidade	6
Segurança e desafios do turista	5
Revisão de literatura	1

Fonte: Os autores, (2024).

Dentre os 53 artigos analisados, o primeiro ser apresentado é a revisão sistemática de Ong, Vorobjovas-Pinta e Lewis (2020), que se destaca por ser o único estudo de revisão da literatura sobre turismo e lazer LGBTQIAPN+. Suas conclusões oferecem uma análise que auxilia no aprofundamento dos achados desta investigação, especialmente no que tange às lacunas metodológicas e temáticas.

O estudo evidencia um claro desequilíbrio metodológico, apontando que 80% das pesquisas sobre o tema utilizam abordagens qualitativas exploratórias, como entrevistas em profundidade, enquanto somente 18% empregam métodos quantitativos. Segundo os autores, essa predominância reflete tanto a natureza ainda exploratória do campo quanto a necessidade de compreender um contexto social em constante evolução para a comunidade.

De forma ainda mais contundente para os objetivos desta revisão, a análise de Ong, Vorobjovas-Pinta e Lewis (2020) revela duas deficiências críticas na literatura: a sub-representação de viajantes bissexuais, transgêneros e de gênero diverso, e uma notável escassez de estudos focados diretamente em segurança. Esta segunda lacuna é particularmente alarmante e alinha-se perfeitamente com os resultados da presente revisão, na qual somente cinco estudos abordam a segurança e os desafios enfrentados como tema central.

Ong, Vorobjovas-Pinta e Lewis (2020) confirmam que, embora a literatura explore temas como experiências individuais, a busca por espaços seguros e eventos, questões fundamentais de proteção e bem-estar permanecem negligenciadas. Essa constatação reforça a urgência de investigações mais robustas e diretas sobre a segurança no turismo, conforme aponta a distribuição temática identificada em nosso levantamento.

Diante da confirmação dessa lacuna, torna-se imperativo examinar em profundidade os estudos que tangenciam o tema. A análise a seguir apresenta um panorama das demais cinco categorias temáticas identificadas, analisando os principais focos de investigação em cada área e os aspectos de segurança e proteção para turistas LGBTQIAPN+.

IMAGEM DO DESTINO E MARKETING TURÍSTICO

Conforme identificado na análise de Ong et al. (2020), o marketing turístico representa uma das áreas de maior concentração de estudos sobre turismo LGBTQIAPN+, refletindo o crescente interesse comercial neste segmento. A literatura sobre marketing turístico direcionado à

comunidade revela um campo em constante evolução, onde estratégias comerciais e representação cultural se entrelaçam, evidenciando tanto oportunidades quanto tensões na construção de narrativas de acolhimento.

Os trabalhos de Pritchard et al. (1998) estabeleceram as bases para compreender este mercado emergente, identificando não somente seu potencial econômico, mas também as complexidades inerentes ao seu desenvolvimento. Os autores argumentam que o segmento representa uma oportunidade significativa para destinos e empresas, mas alertam para as ameaças associadas à falta de compreensão adequada das necessidades específicas desta comunidade. Sua análise antecipou muitas das tensões que permeariam as décadas seguintes: a necessidade de equilibrar apelo comercial com autenticidade, e a importância de desenvolver estratégias que fossem além de simples adaptações de campanhas tradicionais. Esta perspectiva continua relevante, ao estabelecer que o sucesso no marketing para este segmento dependeria da capacidade de compreender suas particularidades culturais e sociais.

A análise de Frohlick e Johnston (2011) aprofunda essas questões ao examinar como campanhas turísticas específicas constroem narrativas de destino. Seu estudo sobre Costa Rica e Nova Zelândia revela como o marketing turístico utiliza sistematicamente tropos de "natureza", "pureza" e "romantismo" para criar apelos dirigidos ao segmento. Os autores demonstram que essas estratégias não são neutras, mas operam por meio da "heterossexualização" de lugares e corpos, criando representações que, paradoxalmente, podem excluir ao mesmo tempo que pretendem incluir. Sua análise é particularmente reveladora ao mostrar como campanhas aparentemente inclusivas podem perpetuar normas heteronormativas, utilizando códigos familiares de exotismo e romantismo que não refletem necessariamente as experiências ou expectativas reais da comunidade. Esta tensão entre inclusão aparente e normalização heterossexual ilustra como o marketing pode inadvertidamente reproduzir as mesmas estruturas que pretende desafiar.

A dimensão crítica do marketing turístico ganha maior profundidade na análise de Moreira e Campos (2019), que investigam os mecanismos de interpelação ideológica na campanha "¡TRAE TUS COLORES!" da EMBRATUR. Os autores revelam como essas estratégias operam níveis sofisticados de construção de identidade e desejo, posicionando turistas da comunidade LGBTQIAPN+ não somente como consumidores, mas como sujeitos específicos em uma economia turística particular. Sua análise demonstra que a interpelação vai além da simples

atração comercial, envolvendo processos complexos de reconhecimento e identificação que podem tanto empoderar quanto subordinar. O estudo evidencia como campanhas aparentemente celebratórias podem, na verdade, canalizar e limitar as possibilidades de expressão e experiência, criando versões "consumíveis" da diversidade sexual e de gênero. Esta perspectiva é crucial para compreender como o marketing turístico não somente reflete, mas constrói ativamente as formas através das quais a comunidade é vista e se vê no contexto turístico.

A questão da mercantilização cultural encontra expressão particular nos estudos sobre eventos e espaços específicos. De Jong (2017) oferece uma análise nuançada da transformação do orgulho LGBTQIAPN+ em produto turístico, explorando como eventos que nasceram como manifestações políticas e culturais são gradualmente incorporados às estratégias comerciais de destinos. Seu trabalho revela as tensões inerentes a esse processo: enquanto a comercialização pode aumentar a visibilidade e aceitação, ela também pode diluir o caráter político e transformativo original desses eventos. A análise de De Jong é particularmente importante porque demonstra como a mercantilização não é um processo simples de cooptação, mas envolve negociações complexas entre diferentes atores e interesses. O autor mostra como participantes, organizadores, autoridades locais e empresas turísticas navegam essas tensões de maneiras que podem tanto preservar quanto alterar o significado original dos eventos.

Essa discussão sobre mercantilização é complementada pelo trabalho de Gutiérrez (2004) sobre o desenvolvimento de Sitges como destino gay. Seu estudo oferece uma perspectiva longitudinal sobre como um destino específico se estabeleceu como enclave para a comunidade, analisando o desenvolvimento do carnaval gay como fenômeno de peregrinação turística. A análise de Gutiérrez documenta como a transformação de um evento local em atração turística internacional envolveu mudanças não somente na sua forma e conteúdo, mas também na sua função social e cultural. O autor demonstra como Sitges se tornou um espaço onde identidades e práticas que poderiam ser marginalizadas em outros contextos encontram expressão e celebração, mas questiona se essa "guetização" geográfica representa verdadeira inclusão ou uma forma de contenção.

A dimensão contemporânea dessas questões é explorada por Valcuende et al. (2023), que examinam como práticas específicas da comunidade, particularmente o cruising, são representadas na mídia turística. O trabalho aborda aspectos da experiência comunitária que

frequentemente permanecem invisíveis ou são deliberadamente omitidos das narrativas turísticas oficiais. Os autores revelam como a mídia turística navega a tensão entre atrair visitantes interessados em experiências autênticas e manter uma imagem "respeitável" do destino. Esta análise é particularmente relevante porque demonstra como certas práticas e espaços da comunidade são seletivamente incluídos ou excluídos das representações turísticas, criando versões parciais e potencialmente distorcidas da experiência comunitária.

A questão da autenticidade e confiança, central em muitos desses estudos, ganha tratamento sistemático no trabalho recente de Ro e Kang (2024). Sua pesquisa sobre ceticismo em relação a marcas LGBT-friendly oferece pontos importantes sobre como a comunidade avalia e responde às estratégias de marketing. Os autores identificam que o ceticismo aumenta significativamente quando as motivações empresariais são percebidas como puramente comerciais, contrastando com maior aceitação quando as motivações são vistas como baseadas em valores genuínos ou responsabilidade social. Esta distinção é crucial porque sugere que a efetividade do marketing vai além da representação superficial, exigindo demonstrações concretas de compromisso com o bem-estar da comunidade. Seu trabalho também revela como a comunidade desenvolveu sofisticados mecanismos de avaliação para distinguir entre inclusão autêntica e "pinkwashing", demonstrando uma conscientização crescente sobre as complexidades do marketing direcionado.

Expandindo essa visão crítica, o trabalho de Dixon (2024) analisa como a gestão de eventos de Orgulho Gay e o marketing de destinos promovem uma "inclusão ilusória". A autora investiga o problema da "inclusividade cosmopolita", argumentando que, ao tentar criar um apelo universal, os destinos acabam por neutralizar o caráter político e a diversidade real da comunidade. O estudo demonstra que, sob a fachada do marketing inclusivo, as práticas de gestão podem priorizar a imagem e o lucro em detrimento da afirmação identitária e das necessidades autênticas do público LGBTQIAPN+. Essa perspectiva é crucial por revelar como a própria estratégia de inclusão, quando focada no mercado, pode se tornar uma nova forma de exclusão, esvaziando o significado cultural e político desses eventos.

A dimensão geográfica e cultural dessas questões é explorada em estudos focados em contextos específicos. Oliveira (2016) analisa o desenvolvimento do turismo LGBT no Brasil no contexto da pós-modernidade, argumentando que o segmento reflete transformações mais amplas nas formas de consumo e identidade. Sua análise situa o turismo LGBT brasileiro em dinâmicas

globais de mercantilização da diversidade, mas também identifica características específicas do contexto nacional. Similarmente, Riaño Rodríguez (2013) examina oportunidades para o turismo LGBT em Bogotá, oferecendo perspectivas sobre como diferentes contextos culturais e políticos influenciam o desenvolvimento deste segmento.

A análise integrada desses estudos revela um panorama onde promessas de inclusão nem sempre se traduzem em experiências genuinamente acolhedoras e protegidas. A recorrente tensão entre comercialização e autenticidade sugere que as estratégias de marketing, embora comercialmente bem-sucedidas, frequentemente deixam falhas importantes em termos de garantir o bem-estar integral dos viajantes, particularmente em contextos em que a aceitação social permanece limitada. Essa dissonância entre promessas mercadológicas e realidades vivenciadas direciona a atenção para como essas estratégias de marketing se materializam nas experiências concretas dos turistas, tema central da próxima categoria temática.

EXPERIÊNCIAS, PERFIL E COMPORTAMENTO DO TURISTA LGBTQIAPN+

11

Enquanto as estratégias de marketing constroem narrativas de atração e inclusão, a literatura sobre experiências e comportamentos turísticos revela como essas promessas se materializam nas vivências concretas da comunidade. Esta categoria concentra estudos que investigam as motivações, expectativas, desafios e transformações pessoais experimentadas por viajantes LGBTQIAPN+ em suas jornadas turísticas, oferecendo perspectivas fundamentais sobre a realidade vivida além das representações comerciais.

Os trabalhos de Hughes (1997) estabeleceram as bases conceituais para compreender a relação entre identidade sexual e experiências turísticas. Sua análise seminal sobre como as férias funcionam como espaços de exploração e afirmação da identidade homossexual antecipou muitas das questões que permeariam décadas de pesquisa posterior. Hughes argumenta que o turismo oferece oportunidades únicas para que indivíduos explorem aspectos de sua identidade que podem ser suprimidos em seus ambientes cotidianos, estabelecendo as férias como momentos de liberdade temporal e espacial. Esta perspectiva fundacional é particularmente relevante porque reconhece o turismo não somente como consumo de lazer, mas como prática de construção identitária e bem-estar pessoal.

A dimensão motivacional das viagens ganha análise sistemática no trabalho de Clift e Forrest (1999), que investigam especificamente as motivações e escolhas de destino de homens gays.

Seu estudo revela que as motivações transcendem o simples desejo de lazer, incorporando necessidades de socialização, exploração cultural e, significativamente, busca por ambientes onde possam expressar sua sexualidade sem constrangimentos. Os autores identificam que a escolha de destinos é frequentemente influenciada pela percepção de tolerância e segurança, estabelecendo uma conexão direta entre aceitação social e atratividade turística. Esta análise é crucial porque demonstra como fatores que raramente aparecem em estudos de turismo convencional - como medo de discriminação ou necessidade de discrição - influenciam fundamentalmente as decisões de viagem desta comunidade.

A questão geracional e suas implicações para as experiências turísticas encontra exploração aprofundada nos estudos de Hughes e Deutsch (2010) e Olson e Park (2019). Hughes e Deutsch investigam especificamente como a idade influencia as experiências de férias de homens gays mais velhos, questionando se a orientação sexual ou a idade é o fator mais decisivo na formação de preferências turísticas. Sua pesquisa revela tensões entre necessidades relacionadas ao envelhecimento e necessidades específicas da comunidade, sugerindo que homens gays mais velhos enfrentam desafios únicos que não são adequadamente abordados nem pela literatura gerontológica, nem pelos estudos convencionais de turismo. Olson e Park (2019) complementam essa perspectiva ao examinar como diferentes gerações reagem aos ambientes de socialização, especificamente bares gays, revelando que preferências por espaços físicos e sociais variam significativamente com a idade, influenciando escolhas de destino e atividades.

A diversidade de experiências na comunidade ganha destaque particular nos estudos sobre identidades trans. Monterrubio et al. (2020) oferecem uma análise pioneira das motivações, constrangimentos e experiências de mulheres trans no turismo, revelando camadas adicionais de complexidade raramente consideradas na literatura. Seu trabalho documenta como mulheres trans enfrentam desafios únicos que vão desde questões práticas de documentação e hospedagem até preocupações mais profundas sobre segurança física e aceitação social. A pesquisa é particularmente valiosa porque demonstra que as experiências trans no turismo não podem ser simplesmente incluídas em análises mais amplas da comunidade, exigindo atenção específica às vulnerabilidades e necessidades particulares desta população.

Essa perspectiva é aprofundada pelos estudos de Olson e Reddy-Best (2019) e Reddy-Best e Olson (2020), que examinam as experiências de pessoas trans e não-conformes de gênero no turismo. Olson e Reddy-Best (2019) focam especificamente nos desafios enfrentados em

aeroportos e sistemas de segurança, revelando como tecnologias aparentemente neutras podem criar barreiras significativas para pessoas trans. Seu trabalho documenta experiências de constrangimento, discriminação e até humilhação em pontos de controle de segurança, demonstrando como aspectos técnicos e burocráticos do sistema turístico podem comprometer gravemente a experiência de viagem. Os autores também expandem essa análise ao examinar como pessoas trans negociam questões de apresentação de gênero e vestimenta durante viagens, revelando estratégias complexas de adaptação e resistência que viajantes trans desenvolvem para navegar diferentes contextos culturais e regulatórios.

A formação de comunidades e identidades coletivas no contexto turístico encontra exploração sofisticada no trabalho de Vorobjovas-Pinta (2018) sobre neo-tribos gays. Sua análise revela como espaços turísticos específicos se tornam locais de formação de identidades coletivas temporárias, onde indivíduos que podem se sentir isolados em suas comunidades de origem encontram pertencimento e validação. O conceito de neo-tribos é particularmente útil porque captura a natureza fluida e contextual dessas formações comunitárias, que se constituem temporariamente em torno de experiências turísticas compartilhadas. Esta perspectiva é importante porque reconhece o turismo como espaço de construção social ativa, não somente de consumo individual.

A questão dos espaços e ambientes turísticos ganha análise específica em diversos estudos que examinam como diferentes configurações espaciais influenciam as experiências da comunidade. Poria (2006) oferece uma das primeiras análises sistemáticas das experiências hoteleiras de pessoas gays e lésbicas, revelando que questões aparentemente simples - como reconhecimento de relacionamentos do mesmo sexo ou políticas de acomodação - têm impactos significativos na satisfação e lealdade dos hóspedes. Seu trabalho demonstra que a hospitalidade inclusiva vai além de políticas antidiscriminação, exigindo treinamento específico e sensibilidade cultural por parte dos funcionários.

A dimensão dos eventos e sua capacidade de promover inclusão ou exclusão é explorada por Ong et al. (2022), que questionam criticamente as narrativas dominantes sobre a inclusividade de eventos turísticos. Sua análise revela que eventos que se apresentam como inclusivos podem, na prática, reproduzir exclusões sutis ou criar hierarquias internas que marginalizam certas identidades na própria comunidade. Esta perspectiva é crucial porque desafia noções

simplificadas de inclusão, sugerindo que a verdadeira inclusividade requer atenção às interseccionalidades e diferenças internas da comunidade.

A dimensão cultural e geográfica das experiências turísticas encontra exploração em estudos que examinam contextos específicos e suas particularidades. Zhou et al. (2021) analisam um evento LGBT chinês através do modelo PERMA de bem-estar, revelando como eventos culturalmente específicos podem promover aspectos particulares de bem-estar que podem não ser capturados em análises mais gerais. Xiang e Yu (2022) complementam essa perspectiva ao examinar como turistas gays chineses constroem identidade e experimentam “embodiment” durante viagens à Tailândia, revelando dinâmicas complexas entre identidade cultural, sexual e nacional. Xiang e Cheah (2024) expandem essa análise ao investigar como “impressões individuais” influenciam performances de identidade em contextos turísticos, sugerindo que as experiências turísticas são profundamente influenciadas por histórias pessoais e contextos culturais específicos.

A especificidade cultural também aparece no trabalho de Neves e Brambatti (2022) sobre turistas brasileiros, que aplicam a perspectiva do hedonismo Onfrayreano para compreender motivações de viagem específicas do contexto nacional. Sua análise revela padrões que diferem de tendências internacionais, sugerindo menor interesse em eventos de orgulho ou turismo sexual, e maior foco em experiências de prazer sensorial e estético. Esta perspectiva é valiosa porque questiona generalizações sobre comportamentos turísticos da comunidade, enfatizando a importância de considerar contextos culturais específicos.

Estudos sobre bem-estar e desenvolvimento pessoal revelam dimensões transformativas das viagens que frequentemente permanecem invisíveis em análises comerciais. Prayag et al. (2024) oferecem uma análise abrangente de como identidade queer, motivações de viagem, resiliência, satisfação com a vida e bem-estar se interconectam nas experiências turísticas. Sua pesquisa demonstra que o turismo pode funcionar como prática de cuidado pessoal e desenvolvimento de resiliência, particularmente para indivíduos que enfrentam estressores específicos relacionados à identidade sexual ou de gênero. Lewis et al. (2023) complementam essa perspectiva ao examinar como viagens urbanas oferecem oportunidades específicas de exploração identitária para pessoas queer rurais, revelando que o turismo pode funcionar como ponte entre diferentes contextos sociais e possibilidades de vida.

A análise de contextos geográficos específicos revela padrões importantes de desigualdade e oportunidade. Madinga et al. (2023) investigam o turismo na África do Sul, examinando como valor percebido pelos clientes influencia intenções comportamentais, oferecendo perspectivas sobre como diferentes contextos econômicos e sociais influenciam as dinâmicas turísticas da comunidade.

A perspectiva teórica mais ampla sobre corpos e turismo encontra articulação no trabalho de Johnston (2001), que questiona como os estudos turísticos convencionais tratam diferentes tipos de corpos e experiências corpóreas. Sua análise é fundamental porque estabelece bases teóricas para compreender como identidades não-normativas experimentam espaços turísticos de maneiras que podem diferir significativamente das experiências assumidas como universais na literatura turística convencional.

A análise desses estudos revela que as experiências turísticas da comunidade LGBTQIAPN+ são caracterizadas por complexidades que raramente aparecem nas narrativas de marketing. Questões de segurança, aceitação, desenvolvimento identitário e bem-estar permeiam essas experiências de maneiras que exigem atenção específica por parte de destinos e operadores turísticos. A compreensão dessas realidades vividas torna-se fundamental para examinar como o setor turístico pode desenvolver práticas de gestão que respondam efetivamente às necessidades complexas e diversificadas desta comunidade.

RELAÇÕES ENTRE O TURISTA LGBTQIAPN+ E A COMUNIDADE

As experiências individuais documentadas na literatura revelam que sua qualidade e intensidade são profundamente influenciadas pelas dinâmicas relacionais que se estabelecem entre viajantes e comunidades receptoras. Esta categoria de estudos examina como essas interações se configuram, desde o nível das políticas locais até encontros cotidianos em espaços turísticos, revelando que o sucesso de destinos acolhedores depende fundamentalmente da qualidade dessas relações interculturais e da capacidade das comunidades locais de acolher diferenças.

A compreensão teórica dessas relações encontra articulação sofisticada no trabalho de Andriotis (2010), que utiliza o conceito foucaultiano de heterotopia para analisar praias nudistas frequentadas pela comunidade. Sua análise de "oásis eróticos" revela como certos espaços turísticos funcionam como heterotopias - lugares outros que suspendem, neutralizam ou invertem as relações sociais convencionais. O conceito de "uso desviante da praia" que Andriotis

desenvolve é particularmente valioso porque demonstra como espaços aparentemente marginais podem funcionar como laboratórios de novas formas de sociabilidade e aceitação. Esses ambientes não somente oferecem refúgio temporário de normas sociais restritivas, mas também criam possibilidades de interação que podem transformar tanto visitantes quanto residentes. A análise de Andriotis é fundamental porque estabelece bases teóricas para compreender como espaços turísticos podem funcionar como catalisadores de mudança social, criando zonas de experimentação onde novas formas de relacionamento e aceitação podem emergir.

A dimensão emocional dessas interações ganha exploração sistemática no trabalho de Lai et al. (2024), que introduz o conceito de "solidariedade emocional" para analisar como as percepções dos turistas sobre os sentimentos dos residentes influenciam suas intenções de retorno. Esta perspectiva é crucial porque reconhece que as relações turista-residente transcendem transações comerciais simples, envolvendo dimensões afetivas complexas que podem determinar o sucesso ou fracasso de destinos. Os autores demonstram que quando turistas percebem genuína empatia e aceitação por parte dos residentes, desenvolvem vínculos emocionais com o destino que se traduzem em lealdade e recomendação. Esta análise revela que a autenticidade das relações interpessoais não pode ser fabricada ou simulada via treinamentos superficiais, exigindo transformações mais profundas nas atitudes comunitárias.

A pesquisa Silva e Vareiro (2021) sobre percepções e atitudes de residentes do Norte de Portugal oferece pontos importantes sobre como diferentes contextos culturais influenciam essas dinâmicas relacionais. Seu estudo revela que mesmo em regiões tradicionalmente conservadoras, existe potencial significativo para desenvolvimento de atitudes acolhedoras, mas isso requer processos cuidadosos de educação e sensibilização comunitária. A análise de Silva e Vareiro documenta não somente atitudes existentes, mas também fatores que podem promover mudanças positivas, incluindo contato interpessoal, educação e liderança comunitária. Sua pesquisa também revela que resistências à diversidade derivam frequentemente de falta de conhecimento e experiência, sugerindo que estratégias educativas bem planejadas podem ser efetivas na promoção de maior inclusão.

A complexidade dessas dinâmicas em ambientes turísticos específicos é explorada por Jarvis et al. (2022) em sua análise das interações entre funcionários de cruzeiros e passageiros da comunidade. Seu trabalho examina relações interculturais em espaços confinados onde

diferentes grupos devem coexistir por períodos prolongados. A pesquisa demonstra que o contato intergrupal pode tanto promover compreensão mútua quanto exacerbar tensões, dependendo das condições em que ocorre. Os autores identificam que interações positivas requerem não somente políticas inclusivas, mas também liderança organizacional comprometida e treinamento cultural genuíno. Esta análise é importante porque revela que ambientes turísticos aparentemente controlados podem reproduzir exclusões sociais mais amplas, mas também oferece evidências de que intervenções bem planejadas podem transformar essas dinâmicas.

A questão da preparação comunitária para receber turistas diversos ganha análise específica no trabalho de Rodrigues et al. (2017), que questiona diretamente: "Turismo gay: Estão preparados?". Sua investigação sobre o nível de preparação de diferentes atores turísticos revela lacunas significativas entre intenções e capacidades práticas para implementar hospitalidade verdadeiramente acolhedora. Os autores identificam que muitos destinos e operadores turísticos carecem de conhecimento básico sobre necessidades específicas da comunidade, resultando em serviços inadequados apesar de boas intenções. Esta análise é crucial porque demonstra que inclusão efetiva requer mais do que políticas antidiscriminação, exigindo competências culturais específicas e compreensão aprofundada das realidades vividas por diferentes segmentos da comunidade.

A transformação das formas de hospedagem e suas implicações para as relações turista-comunidade encontra exploração no estudo de De Jesus (2018) sobre o Misterb&b no Rio de Janeiro. Sua análise do conceito "fique como um gay local" revela como plataformas de acomodação peer-to-peer podem facilitar formas mais íntimas e autênticas de interação cultural. O trabalho de De Jesus é apresenta como novas tecnologias podem criar oportunidades para conexões mais profundas entre visitantes e residentes, potencialmente superando algumas das limitações da hospitalidade comercial tradicional. Sua pesquisa também revela como essas plataformas podem funcionar como espaços de educação mútua, onde tanto anfitriões quanto hóspedes aprendem sobre diferentes realidades culturais e sociais.

A análise desses estudos revela que as relações entre turistas diversos e comunidades locais são caracterizadas por complexidades que transcendem modelos convencionais de hospitalidade turística. Questões de autenticidade, educação intercultural, transformação de atitudes e

criação de espaços genuinamente inclusivos emergem como fundamentais para o desenvolvimento de destinos que possam efetivamente acolher a diversidade.

Particularmente como esses estudos revelam que relações positivas entre turistas e comunidades requerem não somente tolerância superficial, mas transformações mais profundas em atitudes e práticas sociais. A literatura sugere que quando essas transformações ocorrem autenticamente, beneficiam não somente turistas da comunidade, mas contribuem para sociedades locais mais abertas e acolhedoras. No entanto, a ausência de tais transformações pode resultar em experiências negativas que comprometem tanto o bem-estar individual quanto a sustentabilidade dos destinos. Essas dinâmicas relacionais complexas direcionam a atenção para como diferentes modelos de gestão e governança turística podem facilitar ou impedir o desenvolvimento de ambientes verdadeiramente inclusivos e seguros.

GESTÃO E HOTELARIA

As dinâmicas relacionais entre turistas e comunidades locais revelam que sua qualidade depende fundamentalmente das estruturas organizacionais e práticas de gestão que sustentam a experiência turística. Esta categoria examina como diferentes modelos de liderança, políticas organizacionais e práticas hoteleiras podem facilitar ou impedir o desenvolvimento de ambientes verdadeiramente acolhedores, revelando que a hospitalidade efetiva para comunidades diversas requer transformações sistêmicas nas estruturas de poder e gestão do setor turístico.

A base teórica para compreender essas transformações encontra articulação no trabalho de Kalargyrou e Costen (2017), que oferece uma revisão crítica das práticas de gestão da diversidade nas indústrias de hospitalidade e turismo. Sua análise revela que, apesar do crescimento da atenção à diversidade, o setor ainda carece de fundamentação teórica sólida comparado a outras áreas de negócios. Os autores identificam falhas significativas entre retórica inclusiva e práticas efetivas, sugerindo que muitas organizações turísticas implementam iniciativas de diversidade superficialmente, sem compreender as transformações organizacionais profundas necessárias para criar ambientes genuinamente inclusivos. Esta crítica estabelece que a gestão efetiva da diversidade requer mais do que políticas antidiscriminação, exigindo reestruturação de sistemas organizacionais, práticas de liderança e culturas corporativas.

A questão da liderança e sua influência na construção de ambientes inclusivos ganha exploração específica nos estudos sobre diversidade de gênero na gestão superior. Quintana-García et al. (2018) investigam como a presença de lideranças diversas em gênero nas equipes de gestão superior afeta o desempenho hoteleiro no contexto espanhol. Sua pesquisa demonstra que hotéis com maior diversidade de gênero na liderança tendem a implementar práticas mais responsáveis via filosofias de gestão de qualidade total e responsabilidade social corporativa. Esta descoberta é significativa porque estabelece conexões empíricas entre composição de liderança e práticas organizacionais, sugerindo que diversidade na gestão não é somente questão de equidade, mas também de eficácia organizacional. A pesquisa revela que lideranças diversas trazem perspectivas diferentes, resultantes em soluções mais inovadoras e alinhadas com necessidades de clientelas diversificadas.

A perspectiva organizacional sobre mudança e inclusão ganha análise sistemática no trabalho de Vongvisitsin e Wong (2021), que examina mudanças organizacionais em direção à inclusão da comunidade nas indústrias de hospitalidade e turismo a partir de perspectivas gerenciais. Sua pesquisa foca especificamente no contexto asiático, onde questões legais e culturais criam desafios únicos para implementação de práticas inclusivas. Os autores identificam que o apoio da gestão é fundamental para operacionalizar estratégias inclusivas, mas também revelam como contextos regulatórios restritivos podem limitar o escopo dessas iniciativas. Esta análise demonstra que inclusão organizacional não ocorre no vácuo, sendo profundamente influenciada por contextos legais, culturais e políticos mais amplos que podem facilitar ou impedir transformações organizacionais.

A questão da autenticidade versus simbolismo nas práticas de inclusão encontra exploração crítica no trabalho de Bogicevic et al. (2023) sobre tokenismo no local de trabalho e ativismo de marca. Sua pesquisa examina se o ativismo de marca beneficia genuinamente funcionários da comunidade na indústria hoteleira ou funciona principalmente como estratégia de marketing. Esta análise questiona as motivações por trás de iniciativas corporativas de diversidade, revelando tensões entre objetivos comerciais e compromissos genuínos com inclusão. Os autores demonstram que representação simbólica pode ter efeitos positivos ao inspirar funcionários e clientes, mas também pode mascarar a ausência de mudanças estruturais significativas. Esta perspectiva ajuda a compreender como práticas aparentemente inclusivas podem, na realidade, perpetuar exclusões mais sutis.

A dimensão interpessoal das práticas inclusivas ganha atenção específica no trabalho de Jin et al. (2023) sobre diversidade, equidade e inclusão nas interações entre funcionários e clientes queer em ambientes de hospitalidade. Sua pesquisa examina como normas de gênero e emoções são reguladas em contextos em que clientes diversos podem enfrentar discriminação, oferecendo perspectivas múltiplas de diferentes stakeholders. Este estudo reconhece que inclusão organizacional deve ser examinada não somente via políticas formais, mas também através das micro interações cotidianas que constituem a experiência de hospitalidade. Os autores revelam como funcionários desenvolvem estratégias para navegar situações potencialmente discriminatórias, mas também como limitações organizacionais podem restringir sua capacidade de oferecer suporte efetivo.

A intersecção entre eventos turísticos e práticas organizacionais encontra análise crítica no trabalho de Kaygalak-Celebi et al. (2022) sobre o Festival Amsterdam Pride e sua relação com objetivos de desenvolvimento sustentável. Sua pesquisa examina como eventos originalmente concebidos como movimentos políticos são gradualmente comercializados e transformados em entretenimento, levantando questões sobre autenticidade e sustentabilidade. Esta análise revela tensões entre objetivos comerciais e propósitos políticos originais desses eventos, sugerindo que comercialização pode comprometer a autenticidade e eficácia política dos movimentos. Os autores demonstram como essas tensões se manifestam em práticas organizacionais específicas, desde sponsoring corporativo até programação de eventos, revelando questões éticas que organizações enfrentam ao tentar equilibrar lucro com propósito social.

A análise desses estudos revela que gestão efetiva da diversidade na hospitalidade e turismo requer muito mais do que implementação de políticas superficiais ou representação simbólica. A literatura demonstra que transformações genuínas exigem reestruturação de sistemas de liderança, culturas organizacionais e práticas interpessoais cotidianas. Apresenta-se particularmente como diferentes contextos culturais e regulatórios influenciam as possibilidades e limitações dessas transformações, sugerindo que não existe uma abordagem única para inclusão organizacional.

Os estudos também revelam tensões persistentes entre objetivos comerciais e compromissos genuínos com inclusão, destacando a necessidade de vigilância crítica sobre práticas organizacionais que podem aparecer inclusivas superficialmente enquanto perpetuam

exclusões estruturais. Essas complexidades organizacionais direcionam a atenção para como diferentes estruturas normativas e regulatórias podem facilitar ou impedir a implementação de práticas verdadeiramente acolhedoras no setor turístico.

SEGURANÇA E DESAFIOS DO TURISTA LGBTQIAPN+

As complexidades organizacionais identificadas na literatura sobre gestão e hotelaria revelam que diferentes estruturas normativas e regulatórias podem facilitar ou impedir a implementação de práticas verdadeiramente acolhedoras, direcionando inevitavelmente a atenção para a questão fundamental que perpassa todas as dimensões do turismo LGBTQIAPN+: a segurança. Esta categoria representa o núcleo articulador de todas as temáticas anteriormente analisadas, pois questões de segurança influenciam decisivamente estratégias de marketing, moldam experiências individuais, determinam qualidade das relações com comunidades locais e exigem transformações profundas nas práticas de gestão organizacional.

A compreensão teórica da segurança no turismo de pessoas com orientações sexuais e identidades de gênero diversas encontra articulação no trabalho de Usai et al. (2022), que oferece uma perspectiva queer sobre heteronormatividade e suas implicações para viajantes. Sua análise em três níveis - intrapessoal, interpessoal e estrutural - revela como a heteronormatividade funciona como sistema de exclusão que compromete a segurança em múltiplas dimensões. No nível intrapessoal, os autores documentam como turistas internalizam expectativas heteronormativas, desenvolvendo práticas de autopoliciamento que limitam sua autenticidade e espontaneidade durante viagens. Esta dimensão é crucial porque revela que insegurança não deriva somente de ameaças externas, mas também de pressões psicológicas internalizadas que podem persistir mesmo em ambientes aparentemente seguros. No nível interpessoal, a pesquisa identifica microagressões, olhares discriminatórios e comentários hostis como formas cotidianas de violência que criam atmosferas de tensão e desconforto. Particularmente significativo é como essas micro violências podem ocorrer mesmo na ausência de hostilidade explícita, via pressuposições heteronormativas em conversas casuais e interações sociais. No nível estrutural, os autores revelam como práticas de marketing, políticas turísticas e design de espaços perpetuam exclusões através da invisibilização sistemática de realidades não-heteronormativas. Esta análise é fundamental porque estabelece que segurança efetiva requer transformações não apenas em políticas formais, mas em estruturas culturais e sociais mais amplas que naturalizam a heteronormatividade.

A dimensão geopolítica da segurança ganha exploração crítica no trabalho de Lewis e Prayag (2022) sobre turismo em contextos em que identidades LGBTQIAPN+ são criminalizadas. Sua pesquisa estabelece uma agenda de investigação que reconhece como estruturas legais discriminatórias criam riscos específicos que transcendem preocupações usuais de segurança turística. Os autores identificam que criminalização não somente cria riscos legais diretos, mas também promove ambientes sociais onde discriminação e violência são normalizadas ou toleradas. Esta análise é particularmente importante porque revela como insegurança jurídica pode comprometer todos os aspectos da experiência turística, desde escolha de destinos até comportamentos durante a viagem. Lewis e Prayag também destacam como pesquisa em contextos criminalizados enfrenta desafios éticos específicos, pois investigadores podem inadvertidamente expor participantes a riscos adicionais. Sua contribuição estabelece que compreensão completa do turismo queer requer atenção às realidades geopolíticas que determinam possibilidades e limitações de movimento e expressão para diferentes grupos.

A transformação positiva de contextos inicialmente hostis encontra documentação no estudo de Vorobjovas-Pinta e Hardy (2021) sobre o festival Broken Heel em Broken Hill, Austrália. Sua análise netnográfica revela como eventos LGBTQIAPN+ podem funcionar como catalisadores de mudança social, transformando temporariamente espaços conservadores em ambientes de celebração e aceitação. O festival de drag queens que estudam é particularmente significativo porque ocorre em uma cidade mineradora tradicionalmente masculina e conservadora, demonstrando como ativismo cultural pode desafiar normas estabelecidas mesmo em contextos aparentemente inflexíveis. Os autores documentam como participantes utilizam redes sociais, especialmente Instagram, não apenas para compartilhar experiências, mas para reivindicar direito à existência e visibilidade em espaços públicos. Esta análise revela como eventos temporários podem gerar transformações culturais duradouras, criando memórias coletivas de aceitação que podem influenciar atitudes comunitárias além do período do evento. Destaca-se que o estudo demonstra que a resistência à marginalização pode ser exercida via ocupação alegre e festiva de espaços públicos, oferecendo modelo alternativo aos confrontos diretos tradicionalmente associados ao ativismo político.

A materialização de segurança mediante políticas e práticas de destinos turísticos ganha análise específica no trabalho de Ram et al. (2019) sobre os benefícios de destinos inclusivos para turistas LGBTQIAPN+, utilizando Tel Aviv como estudo de caso. Sua pesquisa apresenta como investimento sistemático em inclusão pode transformar a reputação internacional de destinos,

gerando benefícios econômicos substanciais enquanto promove justiça social. Os autores documentam como Tel Aviv desenvolveu estratégias integradas que incluem treinamento de pessoal turístico, desenvolvimento de eventos específicos, criação de espaços seguros e campanha de marketing inclusivo. Particularmente significativo é como o estudo revela que benefícios econômicos da inclusão transcendem o segmento específico, pois turistas em geral valorizam destinos percebidos como progressivos e acolhedores. A pesquisa também identifica como políticas inclusivas podem gerar círculos virtuosos, onde maior visibilidade atrai mais turistas diversos, o que por sua vez incentiva maior investimento em inclusão. Esta análise é crucial porque fornece evidências empíricas de que inclusão é não somente imperativo moral, mas também estratégia econômica eficaz que pode beneficiar todo o ecossistema turístico local.

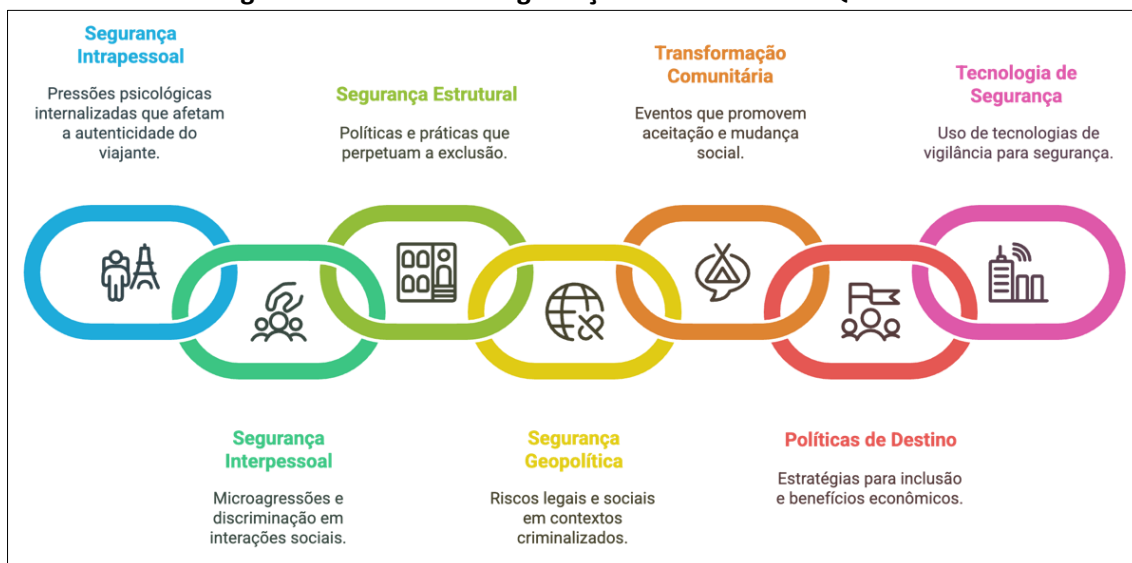
A perspectiva tecnológica sobre segurança encontra exploração no trabalho de Khalilzadeh (2021) sobre policiamento preditivo em locais de hospitalidade e turismo, utilizando Orlando como caso de estudo. Embora não foque especificamente em turistas LGBTQIAPN+, sua análise das tecnologias de vigilância em contextos turísticos oferece pontos importantes sobre como questões de segurança são gerenciadas em destinos que atendem populações diversas. O estudo é particularmente relevante considerando que Orlando é destino significativo para turismo queer, especialmente após o ataque ao Pulse nightclub em 2016. A pesquisa de Khalilzadeh revela como tecnologias de policiamento preditivo podem tanto promover quanto comprometer segurança, dependendo de como são implementadas e regulamentadas. Esta análise destaca tensões entre vigilância como proteção e vigilância como controle, questão particularmente relevante para comunidades que historicamente enfrentam perseguição policial. O trabalho contribui para compreender como segurança efetiva requer equilíbrio cuidadoso entre proteção e preservação de liberdades, especialmente para grupos que podem ser simultaneamente alvos de violência e suspeitos de vigilância.

A integração dessas perspectivas revela que segurança para turistas de orientações sexuais e identidades de gênero diversas é fenômeno multidimensional que não pode ser reduzido à ausência de violência física. A literatura demonstra que segurança efetiva requer transformações simultâneas em múltiplos níveis: individual (redução de autopolicamento), interpessoal (eliminação de microagressões), organizacional (práticas inclusivas genuínas), comunitário (mudança de atitudes locais), estrutural (políticas não-discriminatórias) e geopolítico (descriminalização).

Particularmente significativo é como os estudos revelam que insegurança não é problema isolado, mas sintoma de exclusões mais amplas que permeiam todos os aspectos do sistema turístico. Questões de segurança influenciam decisões de marketing (quais destinos promover), moldam experiências individuais (níveis de autenticidade possível), determinam qualidade das relações com comunidades (grau de abertura e confiança) e exigem transformações organizacionais (políticas, treinamentos, liderança).

Os estudos também revelam que criação de ambientes seguros pode gerar benefícios que transcendem o segmento específico, contribuindo para destinos mais acolhedores e com maior bem-estar para todos os viajantes. Esta compreensão multidimensional da segurança como elemento articulador de todas as dimensões do turismo LGBTQIAPN+ oferece base para síntese das contribuições teóricas e empíricas identificadas ao longo desta revisão, direcionando atenção para como diferentes campos de conhecimento podem ser integrados para promover práticas turísticas transformadoras.

Figura 2. Estrutura de Segurança no Turismo LGBTQIAPN+



Fonte: Elaborado pelos autores (2024).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A compreensão da segurança como elemento articulador das dimensões do turismo LGBTQIAPN+ oferece base para a síntese das contribuições teóricas e empíricas identificadas ao longo desta revisão sistemática. Esta investigação, que objetivou analisar como a literatura internacional aborda as múltiplas faces do turismo LGBTQIAPN+ com foco nas questões de

segurança, revela achados importantes que auxiliam na compreensão do fenômeno e estabelecem direcionamentos para pesquisas futuras e práticas do setor.

O principal achado desta revisão é o reconhecimento de que segurança no turismo LGBTQIAPN+ transcende amplamente a ausência de violência física, configurando-se como fenômeno multidimensional que opera simultaneamente nos níveis intrapessoal, interpessoal, organizacional, comunitário, estrutural e geopolítico. Esta descoberta representa avanço conceitual fundamental porque demonstra que todas as dimensões analisadas - desde estratégias de marketing até práticas de gestão hoteleira, desde experiências individuais até relações com comunidades locais - são permeadas e influenciadas por questões de segurança. A literatura revela que percepções e experiências de segurança determinam decisões de viagem, moldam comportamentos durante a estadia, influenciam relações interpessoais e exigem transformações organizacionais e estruturais profundas.

A análise das categorias temáticas evidencia que o campo tem experimentado crescimento significativo, porém de maneira desigual. Enquanto aspectos relacionados ao marketing e motivação recebem atenção considerável, questões de segurança propriamente ditas permanecem fragmentadas e subteorizadas. Particularmente problemática é a concentração desproporcional de estudos em experiências de homens gays e mulheres lésbicas, resultando na sub-representação sistemática de pessoas bissexuais, transgênero, intersexuais e de outras identidades diversas. Esta lacuna compromete a compreensão das necessidades específicas de segurança de diferentes subgrupos, perpetuando invisibilidades que podem resultar em práticas inadequadas e potencialmente excludentes.

A predominância de pesquisas conduzidas em contextos ocidentais, urbanos e economicamente desenvolvidos constitui limitação adicional que restringe a compreensão de como questões de segurança se manifestam em diferentes realidades geopolíticas, culturais e econômicas. Esta concentração geográfica é particularmente problemática considerando que experiências de segurança são profundamente influenciadas por marcos legais, normas culturais e estruturas sociais específicas de cada contexto.

As implicações práticas dos achados são substanciais para diferentes atores do setor turístico. Para gestores de destinos, os resultados indicam que desenvolvimento de turismo LGBTQIAPN+ seguro requer investimentos coordenados que transcendem marketing, incluindo reformas em

políticas públicas, treinamento especializado e estabelecimento de mecanismos de monitoramento. Para organizações do setor privado, a literatura sugere que práticas genuinamente inclusivas, exigem transformações organizacionais profundas que superem iniciativas simbólicas. Para formuladores de políticas, os achados destacam a necessidade de marcos regulatórios que promovam ativamente a inclusão por meio de processos participativos.

A agenda de pesquisas futuras deve priorizar a diversificação de populações estudadas, especialmente investigações sobre experiências de grupos sub-representados, estudos comparativos entre diferentes contextos geopolíticos e pesquisas longitudinais que capturem transformações temporais. Metodologicamente, o campo se beneficiaria de abordagens participativas, estudos experimentais sobre eficácia de intervenções de segurança e investigações que examinem perspectivas de múltiplos atores.

Esta revisão contribui para o avanço do conhecimento ao oferecer uma síntese sistemática da literatura internacional sobre turismo LGBTQIAPN+ e lançar luz sobre segurança, estabelecendo que este é um fenômeno complexo que requer intervenções coordenadas em múltiplos níveis. A identificação da segurança como elemento articulador que permeia diversas dimensões da experiência turística oferece uma base conceitual que pode orientar tanto o desenvolvimento de pesquisas mais sofisticadas quanto a melhoria na implementação de políticas e práticas.

A segurança no turismo LGBTQIAPN+ não é somente uma condição para uma viagem bem-sucedida; é um dos pilares que sustenta o potencial transformador do setor. Conforme este estudo argumenta, ao priorizar a segurança, o turismo deixa de ser somente uma atividade econômica para se tornar um catalisador de mudança social, buscando garantir dignidade a todas as pessoas, sem distinção de orientação sexual ou identidade de gênero.

REFERÊNCIAS

- Altman, C. (2023, 7 de julho). 'Menosprezado', turismo LGBTQIAPN+ movimenta quase R\$ 15 bi por ano no mundo. *Estado de Minas*. [Link](#)
- Andriotis, K. (2010). Heterotopic erotic oases: The public nude beach experience. *Annals of Tourism Research*, 37(4), 1076-1096.
- Asher, F. Lyric, F. (2023, 5 de junho). LGBTQ+ Travel Safety Index. [Link](#)

- Baker, D., & Stockton, S. (2014). Tourism and Crime in America: A Preliminary Assessment of the Relationship between the Number of Tourists and Crime in two Major American Tourist Cities. *IJSTH*, 1(5), 1-25.
- Bogicevic, V., Li, Y., & Salvato, E. D. (2023) - "Tokenism in the workplace: does brand activism benefit LGBTQ+ employees in the hospitality industry." *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 35(11), 3922-3949.
- Clift, S., & Forrest, S. (1999). Gay men and tourism: destinations and holiday motivations. *Tourism Management*, 20(5), 615-625.
- Coetzee, W. J., Liu, X. N., & Filep, C. V. (2019) - "Transformative potential of events – The case of gay ski week in Queenstown, New Zealand." *Tourism Review*, 74(5), 1081-1090.
- de Jesus, Diego Santos Vieira. "FIQUE COMO UM GAY LOCAL: O MISTERB&B E A ACOMODAÇÃO PEER-TO-PEER NO RIO DE JANEIRO." *Revista Turismo Estudos e Práticas- RTEP/GEPLAT/UERN*, 7.2 (2018): 119-138. [Link](#)
- De Jong, A. (2017) - "Unpacking Pride's commodification through the encounter." *Annals of Tourism Research*, 63, 128-139.
- Dixon, L. (2024). Illusive Inclusion: Destination-marketing, managing Gay Pride events and the problem with cosmopolitan inclusivity. *Tourism Management Perspectives*, 51, 101237.
- Frohlick, S., & Johnston, L. (2011). Naturalizing bodies and places: Tourism media campaigns and heterosexualities in Costa Rica and New Zealand. *Annals of Tourism Research*, 38(3), 1090-1109.
- Gutiérrez, J. J. L. (2004). Sitges (Catalunya) y el carnaval gay: el turismo y sus nuevos peregrinajes. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 2(1), 111-124.
- Guzzo, E. A., & Kovalski, A. (2013). Crescimento do turismo LGBTQIAPN+ no Brasil. In *Anais do VII Festival de Turismo das Cataratas*, Foz do Iguaçu.
- Hahm, J., Ro, H., & Olson, E. D. (2018) - "Sense of belonging to a lesbian, gay, bisexual, and transgender event: The examination of affective bond and collective self-esteem." *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 35(2), 244-256.
- Hughes, H. (1997). Holidays and homosexual identity. *Tourism Management*, 18(1), 3–7.
- Hughes, H. L., & Deutsch, R. (2010). Holidays of older gay men: Age or sexual orientation as decisive factors?. *Tourism Management*, 31(4), 454-463.
- Jarvis, N., Weeden, C., Ladkin, A., & Taylor, T. (2022). Intergroup contact between front-line cruise staff and LGBT+ passengers. *Tourism Management Perspectives*, 42, 100960.

- Jin, D., Chen, H., & Qi, R. (2023) - "Diversity, equity and inclusion in employee-queer customer interactions in the hospitality service setting: including multiple stakeholders' perspectives." *International Journal of Contemporary Hospitality Management*.
- Kalargyrou, V., & Costen, W. (2017). Diversity management research in hospitality and tourism: past, present and future. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 29(1), 68-114.
- Kaygalak-Celebi, S., Ozeren, E., & Aydin, E. (2022). The missing link of the Sustainable Development Goals (SDGs) in tourism: A qualitative research on Amsterdam Pride. *Tourism Management Perspectives*, 41, 100937.
- Khalilzadeh, J. (2021). Predictive policing in hospitality and tourism venues—The case of Orlando. *Journal of Destination Marketing & Management*, 19, 100535.
- Lai, I. K. W., Wong, J. W. C., & Hitchcock, M. (2024). A study of how LGBTQ tourists' perceptions of residents' feelings about them affect their revisit intentions: an emotional solidarity perspective. *Journal of Sustainable Tourism*, 32(1), 223-244.
- Lewis, C., & Prayag, G. (2022). Tourism scholarship with LGBTQ+ people in criminalised contexts: A research agenda. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 52, 39-41.
- Madinga, N. W., van Eyk, M., & Amoah, F. (2023). LGBT Tourism in South Africa: the influence of customer value on behavioural intention. *Current Issues in Tourism*, 26(11), 1813-1827.
- Melián-González, A., Moreno-Gil, S., & Araña, J. E. (2011). Gay tourism in a sun and beach destination. *Tourism Management*, 32(5), 1027-1037.
- Monterrubio, C., Rodríguez Madera, S. L., & Pérez, J. (2020). Trans women in tourism: Motivations, constraints and experiences. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 43, 169-178.
- Moreira, M. G., & Campos, L. J. D. (2019). O ritual da interpelação ideológica no turismo LGBTQIAPN++ e a impossibilidade do desejo que se desloca. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 13, 54-68.
- Netto, A. P., & Ansarah, M. G. R. (2009). Segmentação em turismo: panorama atual. In *Segmentação do mercado turístico: estudos, produtos e perspectivas* (pp. 21-42). Manole.
- Neves, C. S. B. (2021). Turismo LGBTQIAPN+Q+: Aplicação bibliométrica na pesquisa científica dos Programas de Pós-Graduação em Turismo no Brasil (1997-2019). *Cenário: Revista Interdisciplinar em Turismo e Território*, 9(1), 84-103.
- Neves, C. S. B., & Brambatti, L. E. (2019). O comportamento do turista LGBT com relação ao consumo em viagens de lazer. *Rosa dos Ventos*, 11(4), 832-846

- Oliveira, L. A. (2016). Turismo Pós-moderno: o segmento LGBT no Brasil. *Revista Turismo Estudos e Práticas-RTEP/UERN*, 5(1), 40-56.
- Olson, E. D., & Reddy-Best, K. (2019). "Pre-topsurgery, the body scanning machine would most likely error:" Transgender and gender nonconforming travel and tourism experiences. *Tourism Management*, 70, 250-261.
- Olson, E., & Park, H. (2019). The impact of age on gay consumers' reaction to the physical and social servicescape in gay bars. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 31(9), 3683-3701.
- Ong, F., Vorobjovas-Pinta, O., & Lewis, C. (2020). LGBTIQ + identities in tourism and leisure research: a systematic qualitative literature review. *Journal of Sustainable Tourism*, 30(7), 1476–1499.
- OMT. (2017) *World Tourism Organization. Affiliate Members Global Reports, Volume fifteen – Second Global Report on LGBT Tourism*. UNWTO, Madrid.
- Poria, Y. (2006). Assessing gay men and lesbian women's hotel experiences: An exploratory study of sexual orientation in the travel industry. *Journal of Travel Research*, 44(3), 327-334.
- Prayag, G., Lewis, C., & Pour, S. (2024). Travel in my life: queer identity, travel motivation, resilience, life-satisfaction and wellbeing. *Current Issues in Tourism*, 27(2), 323-340.
- Pritchard, A., Morgan, N. J., Sedgley, D., & Jenkins, A. (1998). *Gay Tourism Destinations: Identity, Sponsorship and Degaying*. In C.
- Quintana-García, C., Marchante-Lara, M., & Benavides-Chicón, C. G. (2018). Social responsibility and total quality in the hospitality industry: does gender matter?. *Journal of Sustainable Tourism*, 26(5), 722-739.
- Ram, Y., Kama, A., Mizrahi, I., & Hall, C. M. (2019). The benefits of an LGBT-inclusive tourist destination. *Journal of destination marketing & management*, 14, 100374.
- Reis, T. (Org.). (2018). *Manual de Comunicação LGBTI+ (2ª ed.)*. Aliança Nacional LGBTI / Gay Latino. [Link](#)
- Reddy-Best, K. L., & Olson, E. (2020). Trans traveling and embodied practices: Panopticism, agency, dress, and gendered surveillance. *Annals of Tourism Research*, 85, 103028.
- Riaño Rodríguez, D. A. (2013). Ampliando La Invitación Al Turista Lgbt: Imaginarios, Realidades Y Una Nueva Oportunidad Para Bogotá (Extending the Invitation to the Lgbt Tourist: Myths, Facts and a Whole New Opportunity for Bogota). *Anuario Turismo y Sociedad*, 14.

- Ro, H. and Kang, J. (2024), "Customer attributions for LGBT-friendly branding hotels and skepticism". *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 36 No. 12, pp. 4131-4149.
- Rodrigues, C., Moniz, A., & Tiago, F. (2017). Turismo gay: Estão preparados?. *Journal of Tourism and Development - Revista Turismo & Desenvolvimento*, 36 (2).
- Silva, S., & Vareiro, L. (2021). Perceção e atitude da comunidade local do Norte de Portugal face ao mercado e turismo LGBT. *Journal of Tourism and Development - Revista Turismo & Desenvolvimento*, 36 (2): 303-318.
- T.E. (2023) *Transgender Europe. Trans Murder Monitoring project. Transrespect versus Transphobia Worldwide*. [Link](#)
- Thomas, J., & Harden, A. (2008). Methods for the thematic synthesis of qualitative research in systematic reviews. *BMC Medical Research Methodology*, 8(45).
- Usai, R., Cai, W., & Wassler, P. (2022). A queer perspective on heteronormativity for LGBT travelers. *Journal of Travel Research*, 61(1), 3-15.
- Vongvisitsin, T. B., & Wong, A. K. F. (2021). Organisational change towards LGBTQ+ inclusion in hospitality and tourism: Managerial perspectives. *Tourism Management*, 86, 104331.
- Vorobjovas-Pinta, O. (2018). Gay neo-tribes: Exploration of travel behavior and space. *Annals of Tourism Research*, 72, 1-10.
- Vorobjovas-Pinta, O., & Hardy, A. (2021). Resisting marginalisation and reconstituting space through LGBTQI+ events. In *Justice and Tourism* (pp. 315-333). Routledge.
- Xiang, K., & Cheah, H. C. W. (2024). "I am who I am:" individual imprints and identity performance outcomes. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 58, 244-255.
- Xiang, K., & Cheah, C. W. (2023). The embodied experience and self-identity construction of Chinese gay tourists in Thailand. *Tourism Management Perspectives*, 48, 101169.
- Zhou, P. P., Wu, M. Y., Filep, S., & Weber, K. (2021). Exploring well-being outcomes at an iconic Chinese LGBT event: A PERMA model perspective. *Tourism Management Perspectives*, 40, 100905.