VELHICES LGBTQIAP+ NAS PRODUÇÕES CIENTÍFICAS EM TURISMO: REFLEXÕES INICIAIS PARA ILUMINAR UM CAMPO COMPLEXO

LGBTQIAP+ OLD AGE IN SCIENTIFIC PRODUCTIONS ABOUT TOURISM: INITIAL REFLECTIONS TO GLOW A COMPLEX FIELD

LGBTQIAP + VIEJAS EDADES EN LA PRODUCCIÓN CIENTÍFICA EN TURISMO: REFLEXIONES INICIALES PARA ILUMINAR UN CAMPO COMPLEJO

Adriano Carlos Fernandes[1]
Renato de Oliveira dos Santos[2]
Milena Manhães Rodrigues[3]

Resumo

O turismo LGBT, sigla que representa pessoas lésbicas, gays, bissexuais, travestis e transgêneros, é um atraente e crescente nicho da indústria de viagens do Brasil e no mundo. Trata-se de um público exigente quanto a serviços/produtos de turismo e que demanda enfoque em campanhas específicas. Considerando o envelhecimento da sociedade em geral, inclusive desse público, qual é o panorama das pesquisas brasileiras sobre o turismo LGBTQIAP+ que incluem outras identidades de gênero, para além das representadas pelas quatro primeiras sílabas ou, mais especificamente, sobre os idosos LGBTQIAP+ no turismo? Nesse sentido, o objetivo deste ensaio é investigar o panorama das pesquisas de turismo produzidas no Brasil sobre o turismo e turistas LGBTQIAP+ idosos. O percurso metodológico a partir de uma abordagem qualitativa, descritiva e exploratória, com perspectiva multimetodológica, envolve, desta forma, a análise bibliográfica e pesquisa documental, com análise sob a lente inspirada pelo paradigma da complexidade. Desvela-se a inexpressiva produção sobre as temáticas que configuram uma escassez e a coexistência de possibilidades de produções para este tema inédito, um campo desconhecido que necessita ser transposto à luz, aprendido.

Palavras-chave: Produção científica; Turismo LGBTS; LGBTQIAP+; Turismo na terceira idade; Segmentação turística.

Abstract

LGBT tourism, an acronym that stands for lesbian, gay, bisexual, transvestite and transgender people, is an attractive and growing niche in the travel industry in Brazil and worldwide. It is a highly selective public regarding tourism services/products, which demands focus on specific campaigns. Considering the aging of society in general, including this audience, what is the panorama of Brazilian research on LGBTQIAP+ tourism that includes other gender identities in addition to those represented by the first four syllables or, more specifically, on LGBTQIAP+ seniors in tourism? In this sense, the aim of this article is to investigate the panorama of tourism research produced in Brazil on tourism and elderly LGBTQIAP+ tourists. The methodological path from a qualitative, descriptive and exploratory approach, with a multi-methodological

[1] Mestrando em Turismo – USP. http://lattes.cnpq.br/3488117974278092 . E-mail: adriano.nunes@usp.br
[2] Doutorando em Mudança Social e Participação Política - USP. Professor Substituto do Departamento de Economia Doméstica e Hotelaria (UFRRJ). http://lattes.cnpq.br/3192933847647903. E-mail: renato.oliveirasantos@usp.br
[3] Doutoranda em Turismo - USP. http://lattes.cnpq.br/4587110258923494. E-mail: milenamanhaes@usp.br

perspective, involves bibliographical analysis and documental research, with analysis through the lens inspired by the complexity paradigm. The inexpressive production that is unveiled on the themes configures a scarcity and the coexistence of production possibilities for this unprecedented theme coexist, an unknown field that needs to be transposed to light, and learned.

Keywords: Scientific production; LGBTS tourism; LGBTQIAP+; Tourism in the elderly; Tourist segmentation.

Resumen

El turismo LGBT, un acrónimo que significa personas lesbianas, gays, bisexuales, travestis y transgénero, es un nicho atractivo y creciente en la industria de viajes en Brasil y en todo el mundo. Es un público exigente en cuanto a servicios / productos turísticos y en el que las demandas se centran en campañas concretas. Considerando el envejecimiento de la sociedad en general, incluída este sector de la sociedad ¿Cuál es el panorama de la investigación brasileña sobre turismo LGBTQIAP+ que incluye otras identidades de género, además de las representadas por las primeras cuatro sílabas o, más específicamente, sobre las personas mayores LGBTQIAP + en el turismo? En este sentido, el objetivo de este artículo es indagar en el panorama de la investigación turística realizada en Brasil sobre el turismo y los turistas mayores LGBTQIAP +. El enfoque metodológico desde un enfoque cualitativo, descriptivo y exploratorio, con una perspectiva multimetodológica, implica así el análisis bibliográfico y la investigación documental, bajo la óptica inspirada en el paradigma de la complejidad. Se desvela la producción inexpresiva sobre los temas que configuran una escasez y la convivencia de varias posibilidades de producciones para este tema inédito, un campo desconocido que necesita ser expuesto al mundo.

Palabras llave: Producción científica; Turismo LGBTS; LGBTQIAP +; Turismo en la tercera edad; Segmentación turística.

INTRODUÇÃO

O turismo LGBT, sigla que representa pessoas lésbicas, gays, bissexuais, travestis e transgêneros, é um atraente e crescente nicho da indústria de viagens do Brasil. Segundo Oliveira (2016), a importância do seguimento LGBT é indubitável, haja vista o volume de dinheiro por ele movimentado. Em 2012, a estimativa da Organização Mundial de Turismo previa um impacto no mercado turístico mundial no montante de 140 bilhões de dólares. Em 2014, os turistas LGBT gastaram cerca de 202 bilhões de dólares em todo o mundo. Desse montante, 25,3 bilhões de dólares foram gastos no Brasil (OLIVEIRA, 2016).

Os dados consolidados, antes do período pandêmico, ratificam a potência do mercado global do turismo LGBT, avaliado em mais de US$ 218 bilhões em gastos anuais, de acordo com o programa global de pesquisa "LGBT2030 World Travel Market", da *Out Now at WTM London*. O estudo considera gastos com viagens domésticas e internacionais e inclui análise de viagens, acomodações, jantares de férias, passeios turísticos e outros gastos com turismo. O Brasil alcança a segunda posição, dentre os 26 países respondentes, com a receita de US$26.8 bilhões, (OUTNOW, 2018).

No contexto nacional, de acordo com o estudo realizado pela Associação Brasileira de Turismo LGBT - ABTLGBT e pela revista ViaG, divulgado no Fórum de turismo LGBT de 2018, o turismo LGBT no Brasil cresceu 11% em 2017. Vale ressaltar que só o evento *Parada pela Diversidade* em São Paulo gerou uma receita estimada em 190 milhões de reais, em 2017 (MARTINELLI, 2019). Salienta-se que, para o mesmo período, o turismo em geral no Brasil cresceu 3,5%. Ademais, os turistas desse segmento gastam 30% a mais do que outros viajantes, procuram mais as agências especializadas (87% contra 42% da média nacional) e movimentam 10% do setor de turismo (SEBRAE, 2018).

Já no âmbito das políticas públicas federais para o turismo LGBT, contradizendo todas as estatísticas, o incentivo a esse nicho foi retirado do Plano Nacional do Turismo 2018-2022 (MTUR, 2018), a favor de uma perspectiva universal do turismo, sem focar em privilégios para nichos específicos. Destarte, a Câmara de Comércio e Turismo de São Paulo, em 2018, alertava que o combate ao turismo LGBT, no Brasil, impediria a entrada de uma receita de cerca de 105,32 bilhões de reais à economia brasileira.

Superando os aspectos econômicos do turismo LGBT, presentes nos estudos (Neves, 2021b), este ensaio interpela questões essenciais para entender emergências no plano social e seus rebatimentos na dinâmica do turismo contemporâneo. A partir da confluência de várias dimensões de estruturas sociais complexas, com porções de segmentos turísticos, aponta para estudos que, nas ciências sociais, têm sido acomodados dentro das interseccionalidades, neste caso: população LGBTIQAP+, idosa e turista.

A sigla LGBTQIAP+ refere-se a lésbicas, gays, bissexuais, transexuais/travestis, queers, intersexuais, assexuais, pansexuais e mais outras identidades de gênero possíveis. As identidades surgem como atores políticos, que reproduzem, em seu discurso, a tentativa de legitimar suas conquistas sociais, principalmente, no que diz respeito à sua sigla LGBTQIAP+. Conforme Rodrigues (2018, p.2), “toda a história do movimento (LGBT) lutou-se pela mudança sociolinguística, visando a garantir, aos indivíduos, signos específicos para que estes pudessem afirmar suas identidades”. Assim, é importante romper com a homogeneização das expressões e destacar a variedade das expressões de gênero e suas demandas.

A Organização das Nações Unidas (ONU, 2020) prevê que o planeta terá mais de 2 bilhões de pessoas acima dos 60 anos até 2050, com uma movimentação anual estimada em US$ 7,1 trilhões. Nesse contexto, os idosos LGBTQIAP+ carecem de uma maior atenção no que tange à formulação de políticas públicas – especialmente entre trans e travestis.

Importante lembrar que os estudos sociais em relação à população idosa são bastante recentes, notadamente surgida num contexto de pós-guerra em que as inúmeras conquistas no campo da saúde proporcionaram um incremento populacional e uma maior longevidade, alterando a forma da pirâmide etária brasileira, outrora composta em sua maioria por jovens, embora as mais recentes estatísticas indiquem que os idosos serão o maior grupo etário no país.

Na perspectiva das políticas públicas de turismo para o público idoso no Brasil, o Ministério do Turismo lançou em 2010 o programa "Viaja Mais Melhor Idade", com o objetivo de "promover a inclusão social de pessoas a partir de 60 anos, de aposentados e de pensionistas, proporcionando-lhes oportunidades de viajar e de usufruir os benefícios da atividade turística, como forma de fortalecimento do setor de turismo no Brasil".

Diferentemente do Ministério do Turismo brasileiro, em 2017, o Ministério do Turismo em Portugal estabeleceu no documento Estratégia Turismo 2027 "promover Portugal como destino LGBTI" como uma das prioridades para o futuro e diversificação do turismo no país, apoiando inclusive a primeira campanha internacional para turistas LGBTI, incluindo LGBT idosos no vídeo promocional "Proudly Portugal". Ainda quanto ao incentivo e visibilidade deste nicho, Fort Lauderdale, uma cidade na Flórida (EUA), foi o primeiro destino turístico no mundo a incluir pessoas trans em sua campanha "Celebrate You".

No cenário nacional, o Fórum de Turismo LGBT[4] do Brasil 2020 apresentou o painel "LGBTI+ na maturidade" trazendo à pauta a relevância desse nicho. Em 2021, com o objetivo de capacitar o *trade* de turismo com relação às demandas e necessidades do perfil do turista LGBT+, o Fórum incluiu quatro temas: Turismo para pessoas trans; Turismo Esportivo para viajantes LGBT+; Turismo LGBT+ em destinos são seguros; e Turismo LGBT+ em destinos nacionais. O Fórum é hoje o mais importante evento B2B do turismo nacional focado no tema LGBTQIA+, reunindo agentes de viagens e operadores de turismo, além de marcas expositoras. O evento também conta com apoio institucional da Associação Internacional de Turismo LGBT - IGLTA e da Abav São Paulo. Esse contexto sugere que o mercado e os movimentos sociais investem/incentivam o turismo LGBT.

Trata-se de um público exigente quanto a serviços/produtos de turismo e que demanda enfoque em campanhas específicas. Considerando o envelhecimento da sociedade em geral, inclusive desse público, qual é o panorama das pesquisas brasileiras sobre o turismo

[4] O Fórum de Turismo LGBT do Brasil é realizado pela Revista ViaG, primeira e única publicação de turismo LGBT do Brasil, e conta com o apoio institucional da Associação Internacional de Turismo LGBTQ (IGLTA

LGBTQIAP+ que incluem outras identidades de gênero, para além das representadas pelas quatro primeiras sílabas? Ou mais especificamente, sobre os idosos LGBTQIAP+ no turismo?

Diante do cenário apresentado, torna-se relevante discutir a participação e produção em turismo voltada para esse grupo. Nesse sentido, o ensaio busca investigar o panorama da produção científica em turismo produzida no Brasil sobre o turismo e turistas LGBTQIAP+ idosos.

REVERBERAÇÕES TEÓRICAS: ENTRE DELINEAMENTOS, LIMITAÇÕES E POSSIBILIDADES

Reconhecimento das identidades e envelhecimento da população LGBTQIAP+: uma pauta de governança do turismo?

No mundo Ocidental, em meados da década de 40, foi no questionamento do modelo binário homem x mulher, que Beauvoir, com seu livro ‘O segundo sexo”, trouxe à discussão uma nova etapa do feminismo, quando este é contestado por Beauvoir, para quem “ser mulher” não seria determinado, dividido por critério biológico ou dado naturalmente, mas construído socialmente, representada pela célebre frase “Ninguém nasce mulher: torna-se mulher”, ou, baseado na perspectiva hegeliana, ter sido feito tal qual nos mostramos (CHAPERON, 2000).

Em seguida, nas décadas de 1960 a 1970, foi instalada a revolução sexual no Brasil, ou melhor em todo o mundo ocidental. Diversas mudanças no panorama desenvolveram novos códigos de comportamento sexual, muitos dos quais se tornaram a regra geral de comportamento. Aos heterossexuais foram questionadas as relações monogâmicas tradicionais, a liberdade da mulher com a inserção da pílula e a nudez em público.

Interessante perceber que a história dos Estudos de Gênero se inicia pelo modelo posto pela sociedade, determinado como heteronormatividade, analisando o comportamento hétero, binário, desde o surgimento do mundo e não sobre o olhar das diferentes orientações sexuais, hoje, identificadas na sigla LGBTQIAP+. E essa sigla está em constante modificação, já que cresce à medida em que há o surgimento de novos grupos que afirmam suas identidades.

Referente à composição da sigla no contexto do turismo, existe um segmento específico para atender a esse grupo, comumente denominado “Turismo LGBT”. Para facilitar o acesso e a compreensão das ofertas disponíveis, algumas instituições, como a

Câmara de Turismo e o Comércio LGBT de São Paulo utilizam apenas a sigla LGBT, termo cunhado em 2008 (SIMÕES; FACCHINI, 2009). A própria forma de como se deve ler a sigla reflete as disputas internas desse grupo. Longe de parecer um bloco homogêneo, há uma nítida prevalência de gays e lésbicas nesse conjunto.

Diante desse contexto, é necessária uma breve descrição para o entendimento e melhor representação quanto aos queers, intersexuais, assexuais e pansexuais, por se tratar de uma ruptura de um pensamento clássico que historicamente se revelou segregador, e mais contemporâneo aos estudos de gênero e sexualidade. Este "alinhamento conceitual" tem base em Reis (2018). Os Queers surgem como uma apropriação de uma geração de pessoas que não se identificam com nenhuma das identidades sociais vigentes. Intersexuais são pessoas que apresentam variações em cromossomos ou órgãos genitais que não permitem que a pessoa seja distintamente identificada como masculino ou feminino. Assexuais são indivíduos que não sentem atração sexual seja pelo sexo/gênero oposto ou pelo sexo/gênero igual, embora não os impeça de exercerem relações de afeto; já a Pansexualidade pode desenvolver atração física, amor e desejo sexual por outra pessoa independente de sua identidade de gênero, orientação sexual ou sexo biológico.

Para além do reconhecimento de tais identidades, ao considerar o envelhecimento da população LGBTQIAP+ no contexto em que a longevidade no Brasil aponta para o crescimento populacional nas próximas décadas (IBGE, 2012), é preciso compreender essas velhices, inclusive no turismo. Antes, porém, cabe apresentar o entendimento da categoria "idoso".

Para o Ministério da Saúde brasileiro, uma pessoa é considerada idosa a partir dos 60 anos, ainda que internacionalmente, alguns países estabeleçam 65 anos como marcador dessa faixa etária (Pacto pela saúde, 2006). Nos movimentos sociais, há também quem questione o entendimento das velhices LGBTQIAP+, antecipando a idade mínima de idosos desse grupo para 50 anos (ETERNAMENTE SOU, 2020), dada à expectativa de vida inferior. As estatísticas do público em questão apresentam uma expectativa de vida menor do que a dos demais brasileiros, decorrente da maior exposição à violência, em função do preconceito. Tal que o Brasil se coloca nas primeiras colocações em assassinatos de população trans, tanto em números absolutos como em relativos (ANTRA, 2020). No âmbito judicial, houve alguns avanços, como em 2019, por meio da Ação Direta de Inconstitucionalidade por Omissão - ADO n° 26 do STF - Supremo Tribunal Federal, que enquadrou a homofobia e transfobia em crime pela Lei do Racismo.

E, embora esta pauta não seja uma questão de governança do turismo, a segurança e respeito à diversidade comprometem a escolha do destino. Nesse sentido, conquistas como a criminalização da homofobia, o casamento homoafetivo, a judicialização de políticas restritivas do conceito de família ou a promulgação do Estatuto do Idoso podem favorecer o Brasil como destino desse nicho.

Por isso, se na prática há uma crescente demanda social voltada às identidades LGBTQIAP+ aliada ao interesse do mercado turístico pelas velhices LGBT e às dinâmicas de conquistas de direitos concernentes a esse público, como se dá esta relação na teoria, mais precisamente na produção científica em turismo?

Turismo LGBT e envelhecimento: entre a prática e a pesquisa científica

Segundo Santos et al. (2021), no Brasil, a prática e a pesquisa científica em turismo seguem caminhos independentes. Para além do contexto brasileiro, Jenkins (1999) também salienta a lacuna entre acadêmicos e profissionais do turismo, em função de um olhar dicotômico quanto à teoria e à prática. Contudo, "os conceitos e estruturas podem guiar o trabalho aplicado e a atenção aos problemas práticos pode fornecer dados para testar ideias antigas e levantar novas questões" (WALL, 2010, p. 162). De modo que a teoria se origina da prática, por conseguinte, implica em uma perspectiva de alinhamento entre ambas (PANOSSO NETTO, 2011).

Um dos possíveis motivos desse desalinho, consoante Santos et al. (2021), dá-se pela discrepância entre os interesses de pesquisadores e gestores, o que demandaria a busca científica por outras temáticas. Ademais:

> […] el campo de los estudios turísticos tiene lógicas de selectividad, creando sus zonas iluminadas, dinámicas e intensas en términos de generación/tratamiento de contenidos, pero también zonas oscuras, algo escondidas, que por acción u omisión no son tenidas en cuenta o forman parte de una minoría dentro de la investigación (COMPARATO, 2019, s/p).

Essa seletividade deve-se ao fato de que o conhecimento científico em turismo ainda é enviesado pelos valores neoliberais que sobrepõem à lógica economicista nos estudos, submetendo, a partir da influência positivista, a limitação de conteúdos que "iluminam" a perspectiva eurocêntrica e relegam discussões, como as de gênero, etnicidade e classe, às "sombras", em função da estrutura de um patriarcado heteronormativo (TRIBE, 2005; COMPARATO, 2019).

Por conseguinte, como afirma Comparato (2019, s/p) “dentro del crecimiento notable que adquirió la producción de conocimientos en turismo es preciso analizar luces y sombras, matices y contrastes”. Nessas lacunas, invisibilidades e contradições das pesquisas é que estaria a “verdade sobre o turismo” (TRIBE, 2005). E caberia aos novos pesquisadores de turismo contribuir com abordagens e perspectivas alternativas (JUNQUEIRA, 2018). Ou ainda, contemplar as mudanças abarcadas pelo mercado e as demandas sociais insurgentes entre os temas de pesquisa, como interesse do próprio campo do turismo.

> Quando se fala de turismo LGBT, muitas pessoas perguntam se o turismo difere a depender de quem seja o público ou perguntam por que a necessidade de um turismo voltado especificamente para lésbicas, gays, bissexuais e transgêneros. Ora, a rigor, o turismo praticado por membros da comunidade LGBT não é diferente do turismo praticado por membros da comunidade heterossexual no que diz respeito à infraestrutura e aos atrativos dos destinos turísticos. Afinal, qualquer turista necessita hospedar-se, alimentar-se, locomover-se. Entretanto, devido aos comportamentos homofóbicos existentes em muitas sociedades, é necessário que o turista LGBT tenha uma garantia mínima de que não estará gastando seu dinheiro em um destino cujos moradores possuem um histórico de assediarem moralmente e discriminarem as lésbicas, os gays, os bissexuais e os transgêneros. Nesse sentido, o turismo especificamente voltado para a comunidade LGBT se justifica, pois pressupõe uma determinada atitude da comunidade receptora e, consequentemente, um trabalho de marketing mais específico (OLIVEIRA, 2016, p.48).

O nicho LGTBQIAP+ torna-se muito atraente quando se vislumbram os números econômicos gerados no mundo. Para Trigo (2009, p.153), “os gays com maior poder aquisitivo, evidentemente, provocam um impacto significativo nos gastos com produtos e serviços sofisticados e supérfluos”. Portanto, a expressão “*pink money*” surge no recorte financeiro voltado a esse público referente ao aquecimento do mercado de consumo, ainda que algumas “marcas” travistam o interesse lucrativo em causa como ação de marketing.

De acordo com Nunan (2003), os grupos LGBT apresentam comportamentos individualistas, com maior necessidade de se agrupar, evitando rotinas, estresse e assistencialismos. A sigla DINKS (double income, no kids, casais profissionais sem filhos) é uma representação de como é visto o grupo no mercado. Assim, classificação deduz que os homossexuais possuem caráter hedonista e buscam diferenciação em sua escolha de destinos.

Tadioto (2016) refere-se à apropriação do LGBTQIAP+ pelo poder econômico, no que denomina de Lugar Discursivo Consumidor. Segundo o autor, houve um processo de apropriação mercadológica da sigla GLS, também como resposta às suas lutas e uma forma

de reconhecimento da pauta com sua inserção no modo de produção capitalista. Há por parte da mídia e do mercado uma generalização do consumo nesse grupo.

Para Neves e Brambatti (2019), tal comportamento acaba por gerar na área do turismo estudos focados apenas no caráter econômico da segmentação do grupo, destacando os retornos financeiros acima dos demais. Isso porque se atribui a esse público uma faixa de renda acima da média brasileira e uma formação escolar e profissional mais avançada, assim como a ausência de filhos e cônjuge, ou, no caso de união estável, possuir dupla renda, com maior disponibilidade de tempo e dinheiro para realizar atividades de turismo e lazer. Para os autores, tais pesquisas reproduzem um estereótipo exacerbado, nem sempre de acordo com a totalidade desse grupo, como se a sexualidade determinasse a renda e escolaridade dessa população.

Uma significativa parcela da população LGBTQIAP+ está à margem dos serviços oferecidos para a população em geral e habita as periferias das cidades, bem como apresenta maior evasão escolar por conta do preconceito. Seus espaços foram constituídos onde as sexualidades podiam ser vivenciadas, longe das pressões sociais. Ferreira e Aguinsky (2013) completam que a inscrição desses sujeitos como tais só será possível quando não houver espaços públicos ou privados delimitados para as diferentes formas de expressão da sexualidade e do gênero não-normativos.

Concernente a isso, Trevisan (2006) coloca que as viagens de homossexuais foram uma constante na vida de milhares de pessoas em diversos países e épocas. O mesmo autor questiona: Por que homossexuais viajam tanto? Em resposta à sensação de exílio em seu próprio país, frequente entre grande número de homossexuais, ocorre a necessidade premente de conhecer o mundo. Em consonância, Zeldin (2008, p. 66) afirma que as raízes dos prazeres e das emoções diferem na sua gênese, ao passo que “as viagens e fugas constantes se tornam indispensáveis ao seu senso de liberdade”. Assim, a tendência é que homossexuais abandonem os lugares mais inóspitos e agressivos, inclusive, suas cidades de origem, para “procurar o seu lugar”, movidos pelo desejo de se libertar.

Se conhecer o mundo é uma necessidade para esse público, para os idosos em geral, viajar é o maior desejo. Nesse sentido, uma pesquisa desenvolvida pela Fundação Perseu Abramo (FAP) em parceria com o Serviço Social do Comércio de São Paulo (SESC/SP) em 2020, revelou que 57% dos idosos gostariam de realizar atividades fora de casa, sendo destacado o desejo de viajar ou passear, apontado por 32% dos entrevistados (Alba & Rosas, 2020). Doll (2007) anui apontando que o turismo ocupa o topo da lista de desejos dos idosos,

sobretudo os "mais jovens", e sua precedência vai perdendo espaço assim que as preocupações com saúde emergem entre suas prioridades.

Considera-se, então, que a aspiração às viagens é representativa durante a velhice e, talvez, essa ambição esteja relacionada às motivações de ordem social do turismo, não apenas como recuperadora do desgaste decorrente do trabalho, mas, sobretudo, como constituinte de um planejamento que envolve aspectos físicos, econômicos, mentais e sociais. Sua prática, inclusive, amenizaria as patologias, especialmente as psicológicas, típicas da idade, além de afastar o temor em relação à morte. Sobre o tema, Zeldin (2008) comenta:

> Todos os seres humanos são, por sua origem, escapistas, todos descendem de ancestrais que migraram da África e da Ásia...A sociedade industrial começou como uma escapatória à pobreza. Agora ela se tornou uma fuga do trabalho para o lazer, para os passatempos favoritos e o esporte. No entanto, até mesmo uma civilização dedicada ao lazer encerra inimigos, de modo que a arte da fuga foi ainda mais refinada. (ZELDIN, 2008, p. 273).

Assim, para o(a) turista LGBTQIAP+, em especial o(a) idoso(a), o turismo deve compreender segurança, bem-estar e direito à diversidade e à liberdade de viver as próprias identidades. Nas palavras de Krippendorf (2001), o lazer e o turismo devem constituir direitos adquiridos a toda população por meio de políticas e ações que possibilitem a inclusão social e, consequentemente, o prazer e o desenvolvimento social, pessoal e sociocrítico dos indivíduos. Para o autor, atribuir ao turismo uma face mais humana, é uma forma de despertar e promover o potencial que permanece adormecido em cada indivíduo, independentemente de sua identidade de gênero ou de idade.

> Na sociedade contemporânea, dentre as diversas formas de preconceito e exclusão, destaca-se a estigmatização de idosos e, principalmente, de pessoas que apresentam identidades que não se enquadram na heteronormatividade. Por conseguinte, o envelhecimento daqueles que se identificam como LGBT e suas variantes sofre uma dupla marginalização. Isso acarreta maior vulnerabilidade social, econômica e questões de saúde cujo atendimento é prejudicado pela não aceitação e falta de informação das equipes de atendimento e, às vezes, também dos próprios usuários. Entretanto, apesar de tudo isso, as sociedades avançam em favor da inclusão real desses cidadãos (ARAÚJO E SILVA, 2020, s.p).

No tocante aos estudos sobre idosos, há uma maior concentração nas produções científicas do campo da saúde e bem-estar. Para Debert (1998), a produção do conhecimento relativo ao processo de envelhecimento envolve múltiplas dimensões, desde a demografia e o aumento da expectativa de vida até o desgaste fisiológico e custos associados às políticas sociais.

Os estudos, na literatura das velhices LGBTQIAP+, têm a tendência de retratar homens e mulheres que se identificam como homossexuais, cisgêneros, de cor branca, de classes médias, residentes de grandes metrópoles e, geralmente, são pessoas que estão na fase inicial do envelhecimento, ainda que timidamente tenham surgido pesquisas recentes que abordam velhices bissexuais, transexuais, queers (HENNING, 2017). À exceção de campanhas como "Celebrate You" de Fort Lauderdale e da Proudly Portugal (ambas mencionadas na introdução), esse recorte padrão também se reproduz nas representações do turismo. Mas, será que isso se reflete ou é contestado nas publicações de turismo? Este questionamento retoma a questão central deste artigo: Qual é o panorama das publicações de turismo brasileiras no que se refere ao turismo e turistas idosos LGBTQIAP+?

METODOLOGIA

O percurso metodológico partiu de uma abordagem qualitativa, descritiva e exploratória (VEAL, 2011), com perspectiva multimetodológica (FLICK, 2009). Contempla dados preliminares referente ao panorama das pesquisas sobre turismo LGBTQIAP+ envolve, desta forma, a pesquisa bibliográfica e pesquisa documental.

Nesta proposta, utilizou-se como método de análise, a inspiração no paradigma da complexidade, em que se entende que o todo está na parte, assim como a parte está no todo (MORIN, 2006), fundamentado nos princípios: dialógico, que possibilita o entendimento do objeto na dialética coexistente, contraditória e complementar; recursivo, relação e produção entre objetos, tanto produz como é produto do outro; hologramático, o todo constitui as partes, e as partes o todo, ambos estão presentes na constituição do outro (MORIN, 2006; SILVA et al., 2021).

A primeira etapa da pesquisa consistiu no levantamento de dados para identificação das lacunas e formulação do problema de pesquisa. Desta forma, foi realizada a busca pelas pautas que relacionam as três temáticas (turismo AND lgbt AND idoso) no buscador da plataforma/ base de dados Google Acadêmico. Adotou-se o operador boleano/ "AND" por permitir combinações dos termos na busca, possibilitando um resultado mais apurado. O resultado consubstancia as discussões teóricas da temática da pesquisa, relativo à teoria e à prática do turismo.

A segunda etapa compôs-se na escolha da base de dados, o site Publicações em Turismo - USP, considerada a principal base de dados específicos do turismo no Brasil

(SILVA et al., 2021). A plataforma é resultado do projeto de extensão do Programa de Pós-Graduação em Turismo da EACH-USP. Em 20 de maio de 2021, quando foi realizada a pesquisa, o banco de dados era composto por 11748 artigos indexados de 40 periódicos científicos ibero-americanos de turismo, a partir dos metadados das revistas do sistema Open Journal Systems (*OJS*) (PUBLICAÇÕES DE TURISMO, 2020).

A coleta de dados realizou-se no site com a busca, considerando todos os campos e sem recorte temporal, pelos termos "LGBT" e "idoso", para seleção dos artigos que compõem o objeto de estudo da presente pesquisa. Admitiu-se como critério de busca o termo "LGBT", considerando que pesquisas com apenas uma das categorias da sigla não atenderia a discussão proposta e que esse radical permitiria seus desdobramentos, ou seja, incluindo mais categorias para além destas quatro, abarcando também LGBTQIAP+.

A terceira etapa compreendeu na triagem dos resultados da coleta, a partir da leitura transversal e da identificação dos termos "idoso", "gay", lésbica", "homossexual", "homoafetivo" e "GLS" para verificar a existência de produções de turismo que relacionassem envelhecimento a, ao menos, uma identidade de gênero. Em seguida, na quarta etapa, correspondeu a leitura do material apto na triagem com a elaboração de resenha crítica e fichamento de citação para posterior análise e interpretação.

A fim de endossar a demanda desta temática e a dialética da complexidade, a quinta etapa integrou a análise documental de uma pesquisa interna da "Eternamente Sou", Centro de referência de idosos LGBT, com atuação em São Paulo, Rio de Janeiro e Santa Catarina.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

A partir do levantamento foi possível confrontar e identificar as múltiplas relações entre os temas, bem como suas lacunas. Ademais, não é possível entender o turismo e os turistas idosos LGBTQIA+ sem olhar para as partes que integram essa relação complexa. Nesse sentido, o paradigma da complexidade (MORIN, 2006) foi fundamental para dar suporte à análise aqui proposta.

A Associação sem fins lucrativos "Eternamente Sou", criada em 2017 em São Paulo, foi pioneira na atuação em prol das velhices LGBTQIAP+, criando o primeiro Centro de Referência e Convivência no Brasil. Com atuação em São Paulo, Rio de Janeiro e Santa Catarina, promove atividades psicossociais e multidisciplinares para inclusão social, visibilidade e promoção da cidadania LGBT, com foco na velhice digna e ativa. Os projetos voltados às pessoas LGBT50+ contemplam atendimento psicológico, jurídico, momentos de

interação, debates, cursos, exibição de filmes e outras atividades diárias conduzidas por uma equipe de voluntários multidisciplinar, englobando psicólogos, assistentes sociais, médicos, advogados, entre outros.

No ano de 2020, a "Eternamente Sou" realizou uma pesquisa interna entrevistando 51 idosos assistidos. Entre as informações observadas, há um nítido interesse entre os idosos por viagens. Já as atividades para aproveitamento do tempo livre do grupo (Figura 1), as citadas como preferidas são: Acessar a internet (76%), Viajar: (69%), Ver TV (61%), Cinema (55%) e Teatro (55%).

Figura 1. Aproveitamento do tempo livre pelos idosos.

Fonte: Pesquisa de avaliação de satisfação dos usuários 2020. Eternamente Sou (2021)

Relativo aos seus maiores anseios, estão: Viajar (35%), Casar (8%), continuar com saúde (6%), ajudar as pessoas (6%) e Justiça social (6%). Referente às perspectivas de futuro, no que tange aos objetivos para os próximos 5 anos, viajar (49%) foi o mais mencionado.

Os resultados corroboram com Alba e Rosas (2020) na pesquisa desenvolvida pela Fundação Perseu Abramo - FAP em parceria com o Serviço Social do Comércio de São Paulo - SESC/SP. Uma possível justificativa, conforme Neves e Brambatti (2019), seria a hipótese de que as viagens são para o grupo, uma forma de resistência às coerções sociais que vivenciam em seu entorno habitual que, de certa forma, também é a alternativa que a "Eternamente Sou" oferece, enquanto *locus* de interação e acolhimento.

Se por um lado há demanda de idosos de um mercado já em ascensão – o turismo LGBT –, a pesquisa científica segue um caminho diferente (SANTOS et al, 2021). O levantamento bibliográfico na base de dados de publicações para a busca "LGBT",

apresentou 20 resultados, destes, 1 era índice de autores e 1 tratava-se de uma resenha sobre turismo *dark*, aparentemente como erro de resultado. Entre 18 resultados válidos, nenhum deles mencionou ou tratou da temática do envelhecimento de pessoas LGBT. Como busca complementar, para a pesquisa com a palavra-chave "idoso", nenhum dos 48 resultados discutiu qualquer uma das identidades da referida categoria.

Esse "não resultado" revela a pertinência de estudos sobre turismo e turistas idosos LGBTQIAP+, mas também aponta a controversa lacuna entre acadêmicos e profissionais do turismo (JENKINS, 1999).

Relativo ainda à busca por "LGBT", referente a estas identidades, cabe mencionar que 1 dos artigos utilizou "LGBTQ", 2 usam "LGBTQ+" e 2 "LGBTQI+" e mesmo com a busca "LGBT", apareceu 1 resultado ainda com o termo "GLS", terminologia que iniciou a representação de identidades de gênero.

Os artigos coadunam com as discussões de Oliveira (2016) apresentadas no referencial teórico deste artigo na medida em que alguns questionam o modo como a oferta de produtos do mercado turístico às pessoas LGBT, frequentemente, com apelo ao sexo e, por vezes, associando também o perfil exclusivamente aos DINKS. Há críticas também ao *pink money*. Em contrapartida, mais de um estudo era voltado à rentabilidade desses turistas, compreendendo a pertinência do tema turismo LGBT como perspectivas de negócios no setor do turismo (TARDIOTO, 2016). Contemplou ainda estudo sobre cidades *gay-friendly*, como Rio de Janeiro e Porto (Portugal), associando o termo ao lugar em que se esteja seguro para demonstrar afeto e sejam bem-vindos. Nesse ínterim, três pesquisas investigavam o preconceito ou não no atendimento do setor de hospedagem no Brasil e Portugal, apontando recomendações para prestadores de serviço turístico no atendimento a esse público. Cabe destacar ainda, a presença de artigos em espanhol e um em inglês, além da presença de Portugal entre os objetos de pesquisa e filiação dos autores, o que sugere o pioneirismo desse destino no incentivo ao turismo LGBT e como objeto de estudos.

No mais, vale salientar que os artigos são recentes tal qual o termo LGBT, sendo publicados na última década (a partir de 2011), inclusive no ano de 2021, que trata de um estudo bibliométrico sobre as 1.486 dissertações defendidas nos Programas de Pós-Graduação em Turismo entre os anos de 1997 e 2019, revelando que apenas 7 dissertações se vinculam a esse assunto (NEVES, 2021).

Assim, uma questão uníssona foi a crítica à baixa oferta de referências e, por conseguinte, de discussões sobre a referida temática. Quanto a isso, acena para a demanda

deste conteúdo, já que, como Wall (2010) coloca, a teoria poderia orientar a prática, na medida em que contribui com reflexões que se originam dela (PANOSSO NETTO, 2011). No tocante a isso, o diálogo entre as estatísticas do turismo LGBT, do envelhecimento da população e da demanda desse perfil em relação ao conflito com a produção do conhecimento científico em turismo sobre esta temática, configura a complexidade desta abordagem (MORIN, 2006).

Entre contribuições da teoria para a prática do turismo LGBT, os artigos trouxeram a importância de incentivos das políticas públicas voltadas a este nicho e campanhas de comunicação dirigidas a estes turistas, embora não criticassem as representações hegemônicas e a ausência dos idosos nestas. Nesse sentido, se a verdade do turismo está nas lacunas e sombras (TRIBE, 2005), cabe aos novos pesquisadores iluminar conteúdos, como este, que subvertem os enviesamentos patriarcais e heteronormativos (TRIBE, 2005; COMPARATO, 2019), contribuindo com abordagens e perspectivas alternativas, que alinhem a prática e a teoria (JUNQUEIRA, 2018; SANTOS et al, 2019).

Por fim, cabe compartilhar e ressaltar a premissa dos direitos civis LGBT iluminada entre os artigos, como uma pauta que tem interface para um turismo com diversidade, liberdade, segurança e que possibilite alcançar o potencial dessas identidades, como aludiu Krippendorf (2001).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Há uma produção recente e profícua sobre a questão LGBTQIAP+, que contempla os recortes de gêneros para além das quatro primeiras letras, inclusive no que tange às pesquisas sobre o envelhecimento, que se revelou nula no turismo nacional. Em contrapartida, o turismo LGBT é um mercado em ascensão e seu envelhecimento e seu interesse em viajar indicam esses idosos como uma demanda relevante, inclusive como objeto de estudo.

Para além do conhecimento científico, na perspectiva das políticas públicas de incentivo ao turismo LGBT frente a sua retirada do Plano Nacional de Turismo em vigência, a favor de uma perspectiva universal do turismo, sem focar em privilégios para nichos específicos, as discussões trazidas no presente artigo amparam um posicionamento contrário, sobretudo por: 1) tratar-se de um grupo historicamente oprimido e violentado, há requisitos prévios que precisam ser atendidos para gerar uma vantagem competitiva na escolha do destino turístico; 2) apesar da expansão do turismo de massa, os indicadores mundiais de

turismo sugerem um maior crescimento nos chamados "turismos de nicho", em que o turista requer muito mais que estruturas básicas.

Essa controvérsia aponta a complexidade e relevância de pesquisas futuras que relacionem as práticas e perspectivas desse nicho, a fim de contribuir para a produção do conhecimento científico, iluminando a temática do turismo e turistas idosos LGBTQIAP+. A partir dos princípios da complexidade, pode-se questionar, confrontar e tecer novas relações para compreender o todo - o que dizem as publicações sobre o turismo LGBTQIAP+, especificamente sobre os idosos - não negligenciando as partes - idosos, LGBTQIAP+, estudos de gênero, segmentação, políticas públicas, movimentos sociais etc.; compreendendo que a parte é o todo e o todo está na parte.

Ademais, considerando a pauta dos direitos civis LGBT como uma premissa que também atravessa o turismo como prática de liberdade, demanda investigações para além do viés economicista desse fenômeno. Nesse contexto, é preciso entender novas formas de participação e produção de lazer e de turismo específicos para esse grupo, reunindo contribuições ao campo do Lazer e do Turismo, da Gerontologia, Antropologia e da Psicologia Social. Nesse sentido, depreende-se a relevância de construir pesquisas multi/inter/transdisciplinares, sobretudo, para o entendimento de temas complexos, como o envelhecimento dos LGBTQIAP+, permitindo atravessamentos que dialoguem a favor de um turismo mais inclusivo na produção científica brasileira.

Neste ensaio, o "não resultado" que desvela uma produção inexpressiva sobre a velhice LGBTQIAP+ nos periódicos de turismo no contexto ibero-americano, ratifica o tema inovador no que concerne à literatura existente. Destarte, propicia a demanda por pesquisas para e sobre o tema, um campo inexplorado, que carece ser conduzindo à luz para o conhecimento teórico do turismo.

REFERÊNCIAS

ALBA, D.; ROSAS, W. (Orgs.). Idosos no Brasil II: vivências, desafios e expectativas na terceira idade. *São Paulo: Fundação Perseu Abramo,* 2020.

ANTRA. *Dossiê dos assassinatos e da violência contra travestis e transexuais brasileiras em 2020* / Bruna G. Benevides, Sayonara Naider Bonfim Nogueira (Orgs). – São Paulo: Expressão Popular, 2021.

CHAPERON, S. *Les Années Beauvoir 1945-1970*. Paris: Fayard, 2000.

COMPARATO, G. J. Epistemología del turismo: entre luces y sombras. *Caderno Virtual de Turismo*, 19(1). 2019. DOI: https://doi.org/10.18472/cvt.19n1.2019.1363

DEBERT, G. G. Pressupostos da Reflexão Antropológica Sobre a Velhice. In: DEBERT, Guita Grin. *Antropologia e Velhice*, Textos Didáticos, n.19, IFCH, 1999.

DOLL, J. Educação, Cultura e Lazer: Perspectivas de Velhice Bem-Sucedida. In A.L. Neri (org.). *Idosos no Brasil: vivências, desafios e expectativas na Terceira Idade.* São Paulo: Ed. Fundação Perseu Abramo, Edições SESC, 109-124, 2007.

ETERNAMENTE SOU. *Quem somos*. 2020. Disponível em: https://eternamentesou.org/. Acesso em: 20 mai, 2021.

FERREIRA, G. G.; AGUINSKY, B. G. Movimentos sociais de sexualidade e gênero: análise do acesso às políticas públicas. *Revista Katálysis*, *16*(2), 223-232. 2013. DOI: https://doi.org/10.1590/S1414-49802013000200008

FLICK, U. *Introdução à Pesquisa Qualitativa* (3a ed.). Artmed, 2009.

HENNING, C. E. Gerontologia LGBT: velhice, gênero, sexualidade e a constituição dos "idosos LGBT". *Horizontes Antropológicos*, 23(47), 283-323, 2017. DOI: https://doi.org/10.1590/s0104-71832017000100010

IBGE. *Censo demográfico de 2010: Resultados gerais da amostra.* Rio de Janeiro: IBGE. 2012.

JENKINS, C. L. Tourism academics and tourism practitioners: bridging the great divide. In: Pearce, Douglas G; Butler, Richard W. *Contemporary issues in tourism development*. London (UK): Routledge, p. 53-64, 1999.

JUNQUEIRA, L. M. Análise da produção científica norteada pela abordagem do Materialismo Histórico Dialético: um recorte temporal de 2004 a 2014 das revistas científicas brasileiras. *Caderno Virtual de Turismo*. 18 (3). p. 129-147, 2019. DOI: http://dx.doi.org/10.18472/cvt.18n3.2018.1329

KRIPPENDORF, J. *Sociologia do turismo. Para uma nova compreensão do lazer e das viagens*. São Paulo: Aleph (Edição comemorativa de 25 anos), 2009.

MARTINELLI, A. Dados mostram que o Brasil é maior potência do turismo LGBT na América Latina. *Huffpost*, 2019. Disponível em: https://www.huffpostbrasil.com/entry/turismo-gay-brasil-bolsonaro_br_5cc4aee5e4b08e4e3482d4cc. Acesso em 30, ago 2022.

MTUR - Ministério do Turismo do Brasil. *Plano Nacional do Turismo*: 2018/2022: Mais Emprego e Renda para o Brasil. Brasília, 2018. Disponível em: http://www.turismo.gov.br/images/mtur-pnt-web2.pdf. Acesso em: 30, ago 2022.

NEVES, C.S.B.; BRAMBATTI, L.E. O comportamento do turista LGBT com relação ao consumo em viagens de lazer. *Rosa dos Ventos – Turismo e Hospitalidade*, 11(4), p. 832-846, out-dez, 2019. DOI: http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v11i4p832

NEVES, C. S. B. Turismo LGBTQ+: 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), p.84-103, jan-abr. 2021. Disponível em: https://periodicos.unb.br/index.php/revistacenario/article/view/33650/28863. Acesso em: 30, ago 2022.

NEVES, C. S. B. Turismo Lgbt: Publicações no Journal Of Homosexuality. *Revista Eletrônica de Administração e Turismo-ReAT*, *15*(2), 1-21, 2021b. DOI: https://doi.org/10.15210/reat.v15i2.21059

NUNAN, A. *Homossexualidade: do preconceito aos padrões de consumo*. Rio de Janeiro: Caravansarai, 2003.

OLIVEIRA, L. A. Turismo pós-moderno: o segmento LGBT no Brasil. *Turismo: Estudos & Práticas (RTEP/UERN)*, Mossoró/RN, vol. 5, n. 1, p. 40-56, jan./jun. 2016. Disponível em: http://periodicos.uern.br/index.php/turismo/article/view/1963/1061. Acesso em: 30, ago. 2022.

ONU. População na terceira idade deverá duplicar até 2050 ultrapassando 1,5 bilhão. *ONU News*, 1 de outubro, 2020. Disponível em: https://news.un.org/pt/story/2020/10/1728162. Aceso em: 30 ago 2022.

OUTNOW. LGBT Travel Market: Annual Spend Now Exceeds USD$218 billion. London: HTMGlobalHub, november 6, 2018.Disponível em: https://hub.wtm.com/lgbt-travel-market-annual-spend-now-exceeds-usd218-billion/. Aceso em: 30 ago 2022.

PANOSSO NETTO, A. *Filosofia do Turismo*. *Teoria e Epistemologia*. 2.ed. Rev. Ampl. São Paulo: Aleph, 2011.

PUBLICAÇÕES DE TURISMO. Pesquisa em periódicos científicos iberoamericanos de turismo. 2021. Disponível em: http://www.each.usp.br/turismo/publicacoesdeturismo/. Aceso em: 30 ago 2022.

REIS, T.(org). *Manual de Comunicação LGBTI+*. Curitiba: Aliança Nacional LGBTI; GayLatino, 2018.

RODRIGUES, V. C. De homossexual a queer: o movimento LGBT e a construção de identidades. *In:* DIAS, A. F., SANTOS, E. F., CRUZ, M. H. S., & OLIVEIRA, J.M. (orgs) *I Conferência Internacional de Estudos Queers (CONQUEER)* (pp. 263-270). Aracaju: Universidade Federal de Sergipe, 2018. Disponível em: https://editorarealize.com.br/editora/ebooks/conqueer/2018/270720201903_E-BOOK-CONQUEER.pdf. Aceso em: 30 ago 2022.

SANTOS, G. E. O., ROCHA, V. B., MONTEIRO, M. S., DORO, J. R. L. O uso de métodos estatísticos na pesquisa científica em turismo no Brasil. *Tur., Visão e Ação*, 23 (1), p. 110-131, 2021. DOI: http://dx.doi.org/10.14210/rtva.v23n1.p110-131

SEBRAE. *Relatório de inteligência do turismo. Turismo Lgbt no Brasil*. Inteligência Setorial, Santa Catarina, SC, 2018. Disponível em:https://atendimento.sebrae-sc.com.br/inteligencia/relatorio-de-inteligencia/turismo-lgbt-no-brasil. Aceso em: 30 ago 2022.

SILVA, I. C. M.; SILVA, M. H.; SANTOS, M. L. Condições de trabalho em casa durante a pandemia: uma análise do discurso do sujeito coletivo dos trabalhadores do setor de agências de turismo. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*,São Paulo,15(1), 2200, 2021 DOI: http://dx.doi.org/10.7784/rbtur.v15i1.2200

SIMÕES, J.; FACCHINI, R. *Na trilha do arco-íris: do movimento homossexual ao LGBT*. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2009.

TADIOTO, M. V. *O lugar discursivo do sujeito no segmento turístico GLS*. Dissertação. Mestrado em Turismo e Hospitalidade, Universidade de Caxias do Sul, Caxias do Sul, Brasil, 2016. Disponível em:https://repositorio.ucs.br/handle/11338/1679. Aceso em: 01, maio 2021.

TREVISAN, J. S. Turismo e orientação sexual. In Ministério do Turismo do Brasil. *Turismo social*. *Diálogos do turismo: uma viagem de inclusão* (pp. 139-171). Rio de Janeiro: Instituto Brasileiro de Administração Municipal, 2006.

TRIBE, J. The truth about tourism. *Annals of Tourism Research*, 33 (2)., p. 360-381, 2005.

TRIGO, L. G. G. Ascensão do prazer na sociedade atual: Turismo GLS. In. Panosso Netto, A; Ansarah, M. G. R. & Canton, A. M. (org.) *Segmentação do mercado turístico*: *estudos, produtos e perspectivas*. p.141-164. Barueri, SP: Manole, 2009.

VEAL, A. J. *Metodologia de pesquisa em lazer e turismo*. São Paulo: Aleph, 2011.

WALL, G. With a little help from my friends. In S. Smith (Ed.), *The discovery of tourism*. Bingley: Emerald, p.153-162, 2010.

ZELDIN, T. *História íntima da humanidade*. Leya, 2008.