



UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS
CURSO DE TURISMO

LUIZ HENRIQUE CÂMARA PONTES

**TURISMO LGBTQIAPN+ NA CAPITAL MARANHENSE: uma análise das ações
de promoção e inclusão da Setur - São Luís**

SÃO LUÍS – MA

2026

LUIZ HENRIQUE CÂMARA PONTES

**TURISMO LGBTQIAPN+ NA CAPITAL MARANHENSE: uma análise das ações
de promoção e inclusão da Setur - São Luís**

Trabalho apresentado ao Curso de
Turismo da Universidade Federal do
Maranhão, como requisito para obtenção
de título de Bacharel em Turismo.

Orientador: Prof. Dr. David Leonardo
Bouças da Silva

SÃO LUÍS - MA

2026

Ficha gerada por meio do SIGAA/Biblioteca com dados fornecidos pelo(a) autor(a).
Diretoria Integrada de Bibliotecas/UFMA

Câmara Pontes, Luiz Henrique.

TURISMO LGBTQIAPN+ NA CAPITAL MARANHENSE: : uma análise das ações de promoção e inclusão da Setur - São Luís / Luiz Henrique Câmara Pontes. - 2026.

51 f.

Orientador(a): David Leonardo Bouças da Silva.

Monografia (Graduação) - Curso de Turismo, Universidade Federal do Maranhão, São Luís (ma), 2026.

1. Turismo Lgbtqiapn+. 2. Setur São Luís. 3. Promoção. 4. Inclusão. I. Bouças da Silva, David Leonardo. II. Título.

LUIZ HENRIQUE CÂMARA PONTES

TURISMO LGBTQIAPN+ NA CAPITAL MARANHENSE: uma análise das ações de promoção e inclusão da Setur - São Luís

Trabalho apresentado ao Curso de Turismo da Universidade Federal do Maranhão, como requisito para obtenção de título de Bacharel em Turismo.

Orientador: Prof. Dr. David Leonardo Bouças da Silva

Aprovado em: / / 2026

Banca Examinadora:

Prof. Dr. David Leonardo Bouças da Silva

Orientador – Universidade Federal do Maranhão – UFMA

Prof^a Dr^a Mariene Cavalcante Borba De Aalbuquerque

Examinadora – Universidade Federal do Maranhão – UFMA

Prof. Dr. Luiz Antônio Pinheiro

Examinador – Universidade Federal do Maranhão – UFMA

"Beauty's where you find it."
(Madonna)

RESUMO

O turismo LGBTQIAPN+ tem se consolidado como um segmento socioeconômico relevante e importante no cenário turístico, demandando políticas públicas de acolhimento e segurança. Diante disso, este estudo analisa a atuação da SETUR São Luís no desenvolvimento dessa modalidade no município. O objetivo geral é analisar as ações de promoção, qualificação e inclusão social voltadas ao turismo LGBTQIAPN+ desenvolvidas pela Secretaria de Turismo do município de São Luís entre os anos de 2021 e 2026. Metodologicamente, a pesquisa adota uma abordagem qualitativa, caracterizando-se como exploratória e descritiva com base em procedimentos bibliográficos e em uma pesquisa documental no acervo oficial da SETUR São Luís. Os resultados evidenciam que a Secretaria atuou como indutora do segmento por meio da produção de guias, manuais, materiais promocionais e da execução de capacitações de sensibilização do fator humano. Conclui-se que, embora as ações funcionem como vetores positivos de hospitalidade e reposicionamento de mercado, a consolidação desse segmento ainda enfrenta os desafios e limitações comuns da gestão pública.

Palavras-chaves: Turismo LGBTQIAPN+. SETUR São Luís. Hospitalidade. Diversidade.

ABSTRACT

LGBTQIAPN+ tourism has established itself as a significant socioeconomic segment within the tourism landscape, creating a need for public policies focused on inclusivity and safety. Against this backdrop, this study analyzes the role of SETUR São Luís in developing this tourism segment within the municipality. The primary objective is to examine the initiatives regarding promotion, professional training, and social inclusion aimed at LGBTQIAPN+ tourism that were implemented by the São Luís Municipal Department of Tourism (SETUR) between 2021 and 2026. Methodologically, the research employs a qualitative approach, characterized as exploratory and descriptive, based on a literature review and an analysis of official documents from SETUR São Luís. The results demonstrate that the Department acted as a catalyst for the segment's growth by producing guides, manuals, and promotional materials, as well as by conducting training sessions to raise awareness regarding the human element of service. The study concludes that, while these actions serve as positive drivers of hospitality and market repositioning, the consolidation of this segment still faces challenges and limitations typical of public administration.

Keywords: LGBTQIAPN+ Tourism. SETUR São Luís. Hospitality. Diversity.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	9
2 REFERENCIAL TEÓRICO	16
2.1. Epistemologia do Turismo: O Fenômeno Turístico como Sistema Complexo	16
2.2 O Espaço Turístico e o “Olhar”: Representações, Signos e a Percepção da Diversidade	16
2.3 A Hospitalidade como Eixo Estruturante do Turismo Inclusivo	18
2.4 O Turismo LGBTQIAPN+: Conceitos, Perfil de Consumo e Relevância Socioeconômica	19
2.5 Políticas públicas de turismo para o público LGBTQIAPN+: perspectivas do cenário nacional	21
2.6 Políticas Públicas e o Turismo LGBTQIAPN+ no Cenário Brasileiro	21
3 METODOLOGIA	24
3.1 Natureza e Abordagem da Pesquisa	24
3.2 Universo e Objeto de Estudo	25
3.3 Procedimentos de Coleta de Dados	25
3.4 Pesquisa Bibliográfica	26
3.5 Pesquisa Documental	26
3.6 Método de Análise dos Dados	27
4 ANÁLISE DAS AÇÕES DA SETUR SÃO LUÍS NO SEGMENTO DO TURISMO LGBTQIAPN+ (2021–2026)	29
4.1 Instrumentos Técnicos e Materiais Oficiais Lançados pela SETUR	29
4.2 Governança Local, Alinhamento Institucional e Inserção em Arenas Globais	32
4.3 Estratégias de Marketing de Destino, Feiras Especializadas e Promoção Digital	35
4.4 Capacitação Profissional e Qualificação do Fator Humano Receptivo	40
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	42
REFERÊNCIAS	45
ANEXOS	49
ANEXO A - GUIA TURÍSTICO LGBTQIAPN+ DE SÃO LUÍS	49
ANEXO B - MANUAL “PARA ATENDER BEM O TURISTA LGBTQ+”	50
ANEXO C - CATÁLOGO LGBTQIAPN+ DE SÃO LUÍS	51

1 INTRODUÇÃO

O turismo possui grande relevância na atualidade, destacando-se como uma atividade de grande impacto econômico, social e cultural. Segundo a Confederação Nacional do Turismo (CNTUR), além de movimentar a economia, o turismo contribui para a melhoria da infraestrutura dos destinos e para a geração de empregos diretos e indiretos, fortalecendo o desenvolvimento local e a valorização das comunidades. E o turismo influencia transformações geográficas, sociais e culturais nos destinos onde se desenvolve.

Numa perspectiva sistêmica, o turismo deve ser interpretado como um fenômeno complexo e multidisciplinar, que envolve diferentes áreas no qual interagem forças econômicas, políticas, ecológicas e sociais. Esse dinamismo promove a troca cultural e ressignifica o espaço habitado, modificando as dinâmicas de alteridade e as relações humanas nos núcleos receptores (BENI, 2001). De acordo com a Organização Mundial do Turismo (OMT, 2003), o desenvolvimento da atividade turística só atinge sua plenitude e sustentabilidade quando pautado em preceitos democráticos, responsáveis e acessíveis.

Logo, a valorização da pluralidade humana não se restringe a um mero imperativo ético, mas se destaca como um dos pilares fundamentais para o fortalecimento do turismo moderno, respondendo aos anseios globais por espaços sociais livres de discriminação e fundamentados na equidade, segundo a Comissão para a Cidadania e Igualdade de Gênero (CIG) de Portugal.

Nas últimas décadas, a segmentação do mercado foi impulsionada pelo desgaste dos modelos de turismo de massa, o que ocasionou a formatação de produtos e serviços direcionados a nichos com demandas específicas. Entre essas subdivisões, destaca-se o turismo LGBTQIAPN+ (composto por lésbicas, gays, bissexuais, travestis, transexuais e demais expressões de identidade de gênero e orientação sexual), que emergiu como um dos segmentos de maior relevância social e econômica do século XXI. Da mesma maneira que esse público possui um perfil de consumo sofisticado e além de apresentar elevada propensão às viagens, também é um público que tende a priorizar destinos que ofereçam condições afetivas de segurança, acolhimento e respeito à diversidade, conforme aponta matéria publicada pelo portal de notícias Mercados e Eventos.

A escolha do destino por parte do viajante LGBTQIAPN+ está diretamente condicionada ao nível de engajamento da comunidade receptora com o respeito à diversidade, afirma Don Welsh, presidente e CEO da *Destinations International*. Desta forma, localidades que adota políticas inclusas e atuam no combate à discriminação passam a ocupar uma posição de destaque no mercado turístico internacional. Por consequência, a hospitalidade e a comunicação institucional inclusiva deixaram de ser concepções diferenciais secundárias e se tornaram imperativos estratégicos de sobrevivência mercadológica e reputação de marcas-destino, afirma matéria do portal Estadão.

A expansão desse segmento também levou a reconfiguração da governança turística. O poder público e iniciativas privadas passaram a desenvolver estratégias específicas voltadas à diversidade e à inclusão. Essas intervenções governamentais e corporativas são executadas por meio de capacitações profissionais continuadas, criação de materiais promocionais personalizados, participação em feiras globais especializadas e pelo estabelecimento de redes de cooperação com movimentos sociais dedicados à causa.

No cenário brasileiro, a proeminência que o segmento está adquirindo é evidente, impulsionada pela disseminação das discussões jurídicas e sociais sobre direitos civis, da mesma forma que pelas características intrínsecas do país, que concilia seu vasto patrimônio histórico-cultural a importantes manifestações de rua e diversidade ambiental, de acordo com a cartilha Cartilha “Dicas para atender bem turistas LGBTQ+ do Ministério do Turismo, lançada em 2016.

A incorporação de estratégias voltadas à diversidade no planejamento turístico nacional contribui para fortalecer a imagem do Brasil no cenário internacional e amplia o acesso ao lazer de forma mais democrática, conforme observa Kajihara (2010). Destinos que investem em práticas inclusivas tendem a ampliar sua competitividade, uma vez que o acolhimento e o respeito às diferenças são fatores cada vez mais valorizados pelo visitante. Portanto, o turismo LGBTQIAPN+ ultrapassa a dimensão econômica e comercial, constituindo-se também como um instrumento de visibilidade social, exercício da cidadania e promoção de direitos para grupos historicamente marginalizados.

Para Urry (2001), a imagem de um destino é uma construção social mediada pelo “olhar do turista”, que absorve signos, representações e interações cotidianas.

Assim, a percepção de segurança e respeito é central para a experiência do indivíduo contemporâneo. Uma experiência positiva para a comunidade LGBTQIAPN+ está intrinsecamente ligada à ausência de discriminação e à presença de um ambiente acolhedor. Segundo Lanza (2013), a ideia de que o turismo para esse público não é apenas sobre "lazer", mas sobre a busca por espaços de sobrevivência psicológica e liberdade, onde a segurança (ausência de discriminação) é o primeiro fator de escolha de um destino.

Nesse contexto, a hospitalidade assume o papel de eixo estruturante da atividade. De acordo com os conceitos de Camargo (2004), a hospitalidade se manifesta nas leis da acolhida, no ato de receber o outro e no ritual de acolhimento, transformando os espaços geográficos em territórios de bem-estar. Por isso, na perspectiva do turismo atual, é fundamental romper com as lógicas de exclusão e democratizar os espaços públicos de lazer.

Em âmbito mundial, os centros urbanos que adotaram um posicionamento *friendly* colhem benefícios que vão além do retorno financeiro, consolidando marcas globais associadas à vanguarda cultural e ao respeito humano. Cidades pioneiras no Brasil, como São Paulo, Rio de Janeiro e Salvador, já contam com ações estruturadas nos seus portfólios para promover esse público, combinando o marketing de destinos com o apoio a manifestações de diversidade, abrindo novos caminhos para a gestão pública municipal no resto do país, de acordo com o portal Viagem e Turismo.

Compreendendo esse contexto, a cidade de São Luís, capital do Maranhão, por meio de sua Secretaria Municipal de Turismo (SETUR/SLZ), passou a desenvolver ações direcionadas ao segmento LGBTQIAPN+. O objetivo central desta estratégia reside na inserção da capital maranhense no circuito nacional e internacional do turismo da diversidade, tirando partido de seu rico patrimônio arquitetônico, de seu patrimônio cultural imaterial e de sua identidade única.

A investigação científica sobre as práticas institucionais da SETUR São Luís justifica-se por uma abordagem tripla: acadêmica, social e econômica. Existe uma necessidade de estudo no que diz respeito à interação entre a gestão pública municipal, o turismo e a diversidade na região Nordeste, especificamente na capital do Maranhão. Por conseguinte, esta investigação visa enriquecer o debate

acadêmico, servindo como fonte de dados empíricos sobre as políticas públicas de turismo inclusivo aplicadas a destinos com um forte patrimônio histórico e cultural.

Este estudo assume uma dimensão fundamental e urgente ao abordar a hospitalidade como um direito e um instrumento de cidadania. Em um país onde a violência de gênero e diversidade sexual atinge patamares alarmantes, dados do *Atlas da Violência* revelam um crescimento de 39,4% nas agressões registradas contra a população LGBTQIAPN+ em um único ano, totalizando milhares de ocorrências nos sistemas oficiais de saúde. O relatório aponta que o perfil das vítimas não letais atinge majoritariamente mulheres lésbicas, bissexuais e pessoas trans/travestis. Diante desse panorama crítico, a garantia de espaços públicos, equipamentos e serviços turísticos genuinamente acolhedores deixa de ser mero diferencial de mercado e consolida-se como salvaguarda essencial do direito à vida, à livre circulação e à integridade física e moral da comunidade LGBTQIAPN+.

Do ponto de vista financeiro, o turismo LGBTQIAPN+ está se consolidando como uma estratégia anticíclica e rentável para o desenvolvimento local. De acordo com os indicadores de mercado, este segmento demográfico apresenta um gasto médio *per capita* mais elevado, maior frequência de viagens anuais e uma elevada taxa de visitas durante os períodos de baixa temporada, de acordo com a *Out Leadership* (consultoria de negócios focada no público LGBTQIAPN+). Compreender e melhorar as ações da SETUR São Luís significa, por extensão, disponibilizar subsídios para otimizar a captação desses recursos, estimulando a cadeia produtiva local (hotelaria, gastronomia, artesanato e transportes) e gerando emprego e renda para a população de São Luís.

Tendo em conta o cenário descrito e a necessidade de avaliar criticamente o desempenho da autarquia na promoção deste segmento, formula-se o seguinte problema de investigação: De que forma as ações de promoção, qualificação e inclusão desenvolvidas pela Secretaria Municipal de Turismo (SETUR) de São Luís, vêm contribuindo para o fortalecimento do município como destino turístico LGBTQIAPN+ ?

Como resposta provisória a essa questão, acredita-se que as ações programáticas implementadas pela SETUR São Luís funcionam como vetores positivos para o reposicionamento do mercado e a melhoria urbana. Ao desenvolver materiais promocionais específicos, estabelecer parcerias com organizações

internacionais como a IGLTA e promover a formação para a indústria do turismo, a secretaria atenua as assimetrias no serviço, aumenta a percepção de segurança no destino e projeta a imagem de São Luís como um território inclusivo, embora o pleno desenvolvimento do setor ainda enfrente desafios estruturais na integração com a comunidade local.

Isto posto, o objetivo geral desta investigação é estudar o conjunto de ações de promoção, qualificação e inclusão social destinadas ao turismo LGBTQIAPN+ desenvolvidas pela SETUR São Luís entre os anos de 2021 e 2026. Tendo os seguintes objetivos específicos:

- Mapear as principais iniciativas estabelecidas pela SETUR São Luís direcionadas ao segmento LGBTQ+ no recorte temporal estipulado;
- Apresentar o conteúdo técnico e o alinhamento estratégico dos materiais promocionais e pedagógicos produzidos pela Secretaria.

Para atingir os objetivos propostos, esta investigação adota uma abordagem qualitativa, configurando-se como um estudo exploratório e descritivo. O desenho metodológico se baseia em procedimentos de pesquisa bibliográfica e documental, adequados para uma imersão no objeto de estudo, sem a necessidade de uma medição estatística rígida. A base bibliográfica foi constituída por meio do levantamento de trabalhos acadêmicos no qual discutem as matrizes do turismo, hospitalidade e segmentação de mercado, utilizando como pilares teóricos autores de referência como Beni (2001), Urry (2001), Camargo (2004), Dias (2005) e Hall (2001).

Por sua vez, a pesquisa documental se centrou na análise do conjunto de documentos oficiais produzidos pela SETUR São Luís entre 2021 e 2026. Foram investigados os planos municipais de turismo, os relatórios anuais de atividades, os materiais publicitários divulgados, por meio dos canais oficiais, os registros de participação em feiras empresariais, bem como o Guia Turístico LGBTQIAPN+, o Manual “Como Atender Bem os Turistas LGBTQIAPN+ ” e o Catálogo de Empresas Inclusivas. Além disso, foram aplicadas técnicas inspiradas na análise de conteúdo para decodificar os discursos e as diretrizes técnicas contidas nestes materiais.

Por fim, o presente Trabalho de Conclusão de Curso se encontra estruturado em três capítulos, além desta Introdução e das Considerações Finais: O primeiro capítulo é dedicado à abordagem epistemológica e teórica do turismo

LGBTQIAPN+, abordando o perfil socioeconômico deste mercado consumidor, os conceitos de hospitalidade e a importância da inclusão na experiência do viajante contemporâneo. O Capítulo Dois aborda o papel do Estado na promoção do turismo, analisando a história das políticas públicas federais e municipais destinadas a promover a diversidade e a combater a discriminação no contexto brasileiro. O Capítulo Três apresenta o próprio estudo de caso, oferecendo uma análise empírica e documental das ações da SETUR São Luís, detalhando os seus materiais técnicos, as suas estratégias de marketing em eventos e os impactos gerados para a imagem da capital do Maranhão enquanto destino inclusivo.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1. Epistemologia do Turismo: O Fenômeno Turístico como Sistema Complexo

Compreender o turismo na contemporaneidade exige abandonar visões reducionistas que o limitam a um mero vetor econômico ou a um conjunto isolado de atividades relacionadas com as viagens e a hotelaria. O turismo se consolidou nas Ciências Sociais Aplicadas como um fenômeno multifacetado e interdisciplinar, dotado de profunda complexidade sistêmica. Para compreender a sua dinâmica, a literatura científica recorre frequentemente à Teoria Geral dos Sistemas (TGS), transposta para a realidade do turismo por autores pioneiros, entre os quais se destacam Ruschmann (1997) e Beni (2001).

Beni (2001) estruturou o Sistema Turístico (SISTUR) com base em três grandes conjuntos de forças que interagem de forma interdependente: o Conjunto de Organizações Operacionais, o Conjunto de Relações Ambientais e o Conjunto de Ações Modificadoras. O autor afirma que o turismo não ocorre em um vácuo social. Pelo contrário, é profundamente afetado pelo ambiente, pela economia, pela política, pela cultura e pelas infraestruturas das comunidades anfitriãs, ao mesmo tempo que os afeta.

Nesta perspectiva sistêmica, o espaço turístico deixa de ser apenas o suporte físico da viagem e passa a ser entendido como um território de interações psicossociais e de intercâmbios simbólicos. Quando o modelo de Beni (2001) é transposto para a análise da segmentação de mercado e das políticas de inclusão, torna-se evidente que o sucesso de um destino depende do alinhamento entre a superestrutura (políticas públicas e planejamento estatal, tais como as ações da SETUR), a infraestrutura e o mercado (o setor do turismo e a comunidade local).

A evolução histórica do turismo no século XX e no início do século XXI reflete as mudanças socioeconômicas na própria sociedade global. O modelo fordista de turismo de massa, caracterizado pela homogeneização dos produtos, pacotes rígidos e a busca desenfreada pela combinação de “sol e praia”, tem mostrado sinais de esgotamento. Como Lash e Urry (1994) salientam, a transição para a modernidade tardia ou o pós-industrialismo trouxe consigo a fragmentação dos padrões de consumo e o surgimento do chamado turismo pós-fordista.

Neste novo cenário, o turista contemporâneo assume uma postura ativa: procura a diferenciação, a personalização das experiências, a autenticidade cultural e a coerência entre as suas escolhas de viagem e os seus próprios valores éticos, políticos, de identidade de gênero ou de orientação sexual. A segmentação do turismo, portanto, não é meramente uma estratégia de marketing empresarial, mas sim um reflexo da busca do sujeito pós-moderno por territórios onde a sua subjetividade e existência sejam validadas e respeitadas.

2.2 O Espaço Turístico e o “Olhar”: Representações, Signos e a Percepção da Diversidade

A escolha de um destino turístico e a satisfação do visitante estão intrinsecamente ligadas à dimensão intangível da experiência. Em sua obra seminal *The Tourist Gaze*, John Urry (2001) defende que o turismo é, essencialmente, o consumo de um conjunto de sinais e de representações visuais e sociais. O “olhar” do indivíduo não é neutro, é historicamente construído, socialmente moldado e mediado por discursos veiculados pelos meios de comunicação social, pela publicidade e, de forma mais marcante hoje em dia, pelas redes sociais e pela comunicação institucional dos órgãos de governança pública.

Para este mesmo autor, quando um turista viaja, busca contrastes com a sua rotina diária, absorvendo paisagens e interações que confirmam ou desafiam as suas expectativas prévias. Assim, entende-se que no caso específico das minorias sociais, como a população LGBTQIAPN+, esse “olhar” é atravessado por uma camada adicional e crítica: a busca pela segurança ontológica e física. O viajante LGBTQIAPN+ não se limita a consumir a arquitetura colonial de um centro histórico ou a beleza natural de uma praia. Ele decodifica os sinais do espaço urbano para avaliar se aquele ambiente é hostil ou acolhedor para a sua existência.

Complementando esta discussão, Lash e Urry (1994) abordam as chamadas “economias de sinais e espaços”, argumentando que, na sociedade contemporânea, os bens culturais e simbólicos circulam mais rapidamente do que os bens físicos. Um destino turístico que transmita diversidade, respeito e inclusão por meio de suas plataformas oficiais e da atitude de seus cidadãos acumula um capital simbólico de

imenso valor. A imagem do destino torna-se, assim, uma promessa de hospitalidade isenta de preconceitos.

Desse modo, episódios de violência, discriminação ou a total invisibilidade institucional de um grupo social funcionam como sinais negativos poderosos, capazes de dissuadir fluxos turísticos inteiros. Por conseguinte, a gestão ética e responsável dos sinais do espaço urbano por parte das autoridades públicas torna-se um pilar estratégico para o reposicionamento dos mercados turísticos tradicionais que desejam abrir-se às tendências contemporâneas.

2.3 A Hospitalidade como Eixo Estruturante do Turismo Inclusivo

Se o turismo fornece a estrutura econômica e de transportes, a hospitalidade é a essência que humaniza e valida esta relação entre visitantes e anfitriões. Segundo Camargo (2004), a hospitalidade é um conceito ancestral que transcende a prestação de serviços comerciais em hotéis ou restaurantes; está enraizada nas leis não escritas da acolhida, do receber o outro e do ato ritualístico de recepcionar o estrangeiro, o diferente, convertendo o espaço do alheio em um território partilhado de bem-estar.

Camargo (2004) divide a hospitalidade em quatro domínios fundamentais: doméstico, comercial, público e virtual. No âmbito de um estudo sobre as ações governamentais no turismo, os domínios público e comercial assumem relevância central. A hospitalidade pública trata da forma como a cidade e o Estado recebem cidadãos e visitantes, manifestando-se na acessibilidade urbana, na segurança pública, na sinalização e na garantia dos direitos fundamentais. Neste aspecto, se situa a hospitalidade pretendida pela SETUR São Luís no acolhimento dos turistas LGBTQIAPN+. A hospitalidade comercial, por sua vez, abrange a qualidade do serviço nas empresas que compõem a indústria do turismo.

No contexto do turismo inclusivo, a hospitalidade deixa de ser apenas uma virtude moral ou um indicador de qualidade técnica e passa a ser entendida como um instrumento pedagógico, político e cívico. Como defende Dias (2005), a qualidade dos serviços turísticos exerce uma influência direta e crucial na percepção psicológica do visitante. Um serviço de qualidade é aquele que compreende as necessidades específicas do cliente e elimina as barreiras invisíveis da exclusão.

Para os turistas LGBTQIAPN+, a hospitalidade se manifesta no respeito pelo uso do nome social nos balcões dos hotéis, na naturalidade com que se acolhem casais do mesmo sexo sem olhares hostis e na ausência de microagressões no dia a dia. Quando a hospitalidade falha na base do sistema, todos os esforços de marketing promocional são anulados. CAMARGO (2005), defende que o setor precisa de técnica e consciência para se transformar em um ambiente de cidadania e inclusão. Daí a necessidade imperativa de uma qualificação contínua do fator humano, transformando a hospitalidade espontânea em uma prática técnica inclusiva e consciente.

2.4 O Turismo LGBTQIAPN+: Conceitos, Perfil de Consumo e Relevância Socioeconômica

O turismo LGBTQIAPN+ se consolidou na literatura de mercado e acadêmica como um dos segmentos mais dinâmicos, resilientes e rentáveis do mercado global de viagens. Historicamente marginalizada e forçada a refugiar-se em guetos urbanos ao longo do século XX, esta população ganhou visibilidade à medida que os movimentos pelos direitos civis avançavam em nível global. Organizações internacionais como a *International LGBTQ+ Travel Association* (IGLTA) têm desempenhado um papel histórico na padronização, catalogação e promoção de destinos que adotam um posicionamento inclusivo, de acordo com Monterrubio (2020).

Do ponto de vista econômico, o perfil de consumo dos turistas LGBTQIAPN+ apresenta características que despertam o interesse de gestores públicos e privados em todo o mundo. A literatura especializada refere frequentemente o conceito de *Pink Money*, que é tido como o poder de compra da comunidade LGBTQIAPN+, segundo a CNN Brasil. Estudos demográficos revelam que uma parte significativa deste segmento é composta por casais sem filhos, categorizados na sociologia do consumo pela sigla DINK (*Double Income, No Kids* — Dupla Renda, Sem Filhos). Gee (2015) explana que esse grupo possui o maior rendimento disponível proporcional do mercado global, sendo o público-alvo natural para o turismo de experiência, alta gastronomia e hotelaria de alto padrão.

Além disso, os turistas LGBTQIAPN+ apresentam características comportamentais altamente vantajosas para mitigar um dos maiores problemas na gestão de destinos: a sazonalidade. Os indicadores da IGLTA revelam que este público viaja com maior frequência ao longo do ano, independentemente dos períodos tradicionais de férias escolares, e apresenta uma despesa média por pessoa significativamente superior à média do turismo convencional. Destacam-se também como pioneiros na adoção de tendências culturais e tecnológicas, impulsionando a revitalização e a dinâmica de bairros históricos por meio do consumo cultural e do entretenimento (FLORIDA, 2011; SMITH, 2012)

No entanto, reduzir o turismo LGBT+ à sua capacidade de gerar receitas é um equívoco teórico. Este segmento deve ser entendido como um poderoso instrumento de afirmação da identidade e de garantia de direitos. Para as pessoas LGBTQIAPN+, viajar é um ato de liberdade e de validação da sua cidadania. Os destinos que se estruturam para as receber não estão apenas abrindo as suas portas ao capital financeiro; estão se comprometendo publicamente a combater a homofobia, a transfobia e todas as formas de violência de gênero e orientação sexual, promovendo um ambiente social mais democrático e pluralista. Essa dinâmica corrobora a tese de Thürler (2021), ao defender que o acolhimento ao público LGBTQIAPN+ na cadeia turística transcende a mera busca pelo retorno mercadológico do pink money, configurando-se como um ato político de afirmação de direitos e de transformação do espaço público em um território seguro e cidadão.

2.5 Políticas públicas de turismo para o público LGBTQIAPN+: perspectivas do cenário nacional

Para as pessoas LGBTQIAPN+, viajar é um ato de liberdade e uma forma de afirmar a sua cidadania. Os destinos que se preparam para as receber não estão apenas a abrir as suas portas ao capital financeiro, estão a comprometer-se publicamente a combater a homofobia, a transfobia e todas as formas de violência institucionalizada, promovendo um ambiente social mais democrático e plural. Thürler (2021) defende que, quando uma gestão pública ou um destino privado se preparam para acolher esse público, eles deixam de operar apenas na esfera do

Pink Money (capital financeiro) e passam a assumir um compromisso político e ético de combate à violência e à discriminação institucionalizada.

Segundo Hall (2001), o planejamento turístico é, essencialmente, um processo político no qual as autoridades públicas atuam como árbitros e facilitadores, conciliando os interesses do mercado privado, as necessidades de conservação do patrimônio e as exigências de bem-estar da comunidade local. Ele salienta que as políticas públicas de turismo refletem a ideologia e os valores do governo em funções. Por conseguinte, a criação de secretarias específicas e a atribuição de orçamentos para a promoção do turismo inclusivo e da diversidade não são atos burocráticos neutros, mas decisões políticas destinadas a corrigir distorções históricas e a democratizar o acesso à cidade.

2.6 Políticas Públicas e o Turismo LGBTQIAPN+ no Cenário Brasileiro

No Brasil, o quadro de políticas públicas voltadas para o turismo LGBTQIAPN+ ganhou impulso a partir da primeira década dos anos 2000, em consonância com o programa federal “Brasil Sem Homofobia” (lançado em 2004) e com a posterior articulação de guias informativos pelo Ministério do Turismo (MTur). O governo federal começou a reconhecer a diversidade como um traço característico da identidade nacional e uma vantagem competitiva no mercado internacional. Durante esse período de amadurecimento institucional, a promoção dos destinos brasileiros, que historicamente se baseou em imagens estereotipadas e heteronormativas, passou por revisões técnicas, impulsionadas também pela atuação de entidades do terceiro setor. Conforme aponta Kajihara (2010),

O marco fundamental nessa transição ocorreu com a inclusão do segmento LGBTQIAPN+ nos Planos Nacionais de Turismo. O Estado brasileiro compreendeu que, para competir com destinos já consolidados na América Latina (como Buenos Aires e Montevideú), era necessário incentivar diretrizes que garantissem não só a promoção de marketing, mas também a segurança e o respeito em estabelecimentos comerciais, de acordo com o portal Agência Brasil.

No entanto, a descentralização federativa do país delega aos municípios a execução direta dessas diretrizes. As secretarias municipais, como a SETUR de São Luís, são responsáveis por traduzir as políticas gerais em ações concretas na

base do sistema: colaborar com o *trade* local, mapear as atrações da cidade, produzir materiais promocionais específicos e capacitar profissionais da cadeia de serviços para erradicar práticas discriminatórias. Sob a ótica sistêmica de Beni (2019), a eficácia do turismo depende diretamente do equilíbrio na base da organização estrutural, cabendo às instâncias locais a responsabilidade técnica de ordenar os atrativos e qualificar os recursos humanos para garantir a viabilidade operacional e a hospitalidade do destino.

No cenário maranhense, para compreender o estágio atual das ações em São Luís, a literatura recomenda a análise comparativa (*benchmarking*) com municípios pioneiros que já consolidaram suas marcas no turismo de diversidade no cenário nacional. O portal Viagem e Turismo lista destinos capacitados para receber o público no Brasil, como:

- São Paulo (SP): a capital paulista transformou a sua Parada do Orgulho LGBTQ+ em um dos maiores eventos da cidade em termos de fluxo de visitantes e ocupação hoteleira. O município, por meio da São Paulo Turismo (SPTuris), investe em formação para a rede hoteleira, no apoio a centros de cidadania e no mapeamento de percursos de relevância cultural voltados a este público,
- Rio de Janeiro (RJ): o destino investe fortemente na promoção de seus atrativos naturais, praias e grandes festivais, posicionando a sua marca como um refúgio globalmente acolhedor para a comunidade LGBTQIAPN+. A Riotur trabalha em coordenação com órgãos de direitos humanos e diversidade sexual, aliando campanhas institucionais à fiscalização do respeito ao consumidor;
- Salvador (BA): no Nordeste, Salvador destaca-se pela combinação do turismo de diversidade com o turismo étnico e afro-cultural. Os guias e plataformas oficiais do município evidenciam a participação em blocos carnavalescos inclusivos, roteiros integrados e campanhas de sensibilização voltadas ao acolhimento e ao respeito à diversidade de gênero e orientação sexual.

Esses exemplos demonstram que o sucesso do setor passa pela superação de ações isoladas, exigindo uma política governamental sustentável que combine marketing estratégico, qualificação profissional e governança inclusiva. É à luz

dessas dinâmicas nacionais que as ações desenvolvidas pela SETUR São Luís entre 2021 e 2026 são avaliadas cientificamente neste trabalho.

3 METODOLOGIA

O desenvolvimento de um trabalho científico exige um planejamento metodológico que funcione como um fio condutor capaz de garantir a validade, a confiabilidade e a replicabilidade dos resultados obtidos. Como afirmam Marconi e Lakatos (2017), a metodologia constitui o conjunto de atividades sistemáticas e racionais que, com maior certeza e eficiência, permite alcançar o objetivo proposto, traçando o caminho planejado e detectando erros ao longo do percurso.

Para investigar de que forma as ações promocionais, de formação e de inclusão desenvolvidas pela Secretaria Municipal de Turismo (SETUR) de São Luís contribuíram para o fortalecimento do turismo LGBTQIAPN+ no destino, foi adotado um desenho metodológico estruturado em etapas complementares, detalhado a seguir.

3.1 Natureza e Abordagem da Pesquisa

Esta pesquisa segue uma abordagem qualitativa. Segundo Minayo (2016), a investigação qualitativa trabalha com o universo de significados, motivos, aspirações, crenças, valores e atitudes, o que corresponde a um espaço mais profundo de relações, processos e fenômenos que não podem ser reduzidos à quantificação ou à operacionalização de variáveis estatísticas. Esta escolha justifica-se pelo fato de o objeto de estudo envolver conceitos complexos e subjetivos, tais como a hospitalidade, a diversidade, a inclusão social e a percepção da imagem da marca-destino.

No que diz respeito à sua natureza e objetivos, o estudo assume um caráter exploratório e descritivo. Conforme conceitualizado por Gil (2019), a investigação exploratória visa, principalmente, proporcionar uma maior familiarização com o problema, tornando-o mais explícito ou construindo hipóteses, e é frequentemente concretizada por meio de análises bibliográficas e estudos de caso.

Além disso, o viés descritivo trata da necessidade de detalhar e registrar as características de um determinado fenômeno ou população, estabelecendo ligações entre variáveis sem interferir nas mesmas (MARCONI; LAKATOS, 2017). No caso desta investigação, o objetivo consistiu em descrever o conjunto de materiais

desenvolvidos pela autarquia municipal durante o período em análise e relacionados ao turismo LGBTQIAPN+.

3.2 Universo e Objeto de Estudo

O âmbito desta investigação abrange o panorama das políticas públicas de turismo implementadas no município de São Luís, capital do estado do Maranhão. O objeto de estudo delimitado restringe-se às ações institucionais da Secretaria Municipal de Turismo (SETUR) de São Luís especificamente direcionadas para o segmento turístico LGBTQIAPN+.

O recorte temporal definido abrange os anos de 2021 a 2026. Este intervalo foi estrategicamente escolhido porque corresponde ao período de maior dinamismo e consolidação técnica das políticas de turismo inclusivo na capital do Maranhão, marcado pela produção de materiais educativos sem precedentes, parcerias com influenciadores e pela inserção do município nos palcos empresariais internacionais.

3.3 Procedimentos de Coleta de Dados

Para fundamentar o trabalho tanto do ponto de vista empírico como teórico, a coleta de dados foi estruturada com base em duas fontes principais de informação: a pesquisa bibliográfica (para a obtenção de dados secundários) e a pesquisa documental (para a obtenção de dados primários), conforme resumido no Quadro 1 abaixo:

Quadro 1: Estrutura das Fontes de Coleta de Dados da Pesquisa

Tipo de Fonte	Categoria de Pesquisa	Escopo e Instrumentos de Coleta	Canais e Repositórios
Fontes Secundárias	Pesquisa Bibliográfica	Livros, artigos científicos, teses e dissertações (Beni, Urry, Camargo, Hall, Dias).	Google Acadêmico.
Fontes Primárias	Pesquisa Documental	Acervo oficial da SETUR São Luís (2021–2026). Análise	Documentos institucionais oficiais, relatórios e

		técnica de guias, manuais, catálogos, vídeos promocionais e registros de feiras.	mídias das plataformas @turismo.saoluis e @setursaoluis.
--	--	--	--

Fonte: Elaborado pelo autor.

3.4 Pesquisa Bibliográfica

A pesquisa bibliográfica foi desenvolvida com o objetivo de construir o quadro teórico que sustenta os conceitos de turismo, hotelaria, marketing de destinos e segmentação de mercado. Segundo Gil (2019), este procedimento é indispensável, pois permite abranger uma gama de fenômenos muito mais ampla do que aquela que o investigador poderia pesquisar diretamente

A pesquisa foi realizada utilizando a base de dados do Google Acadêmico, com base nas palavras-chave combinadas “Turismo LGBT+”, “Turismo gay-friendly”, “Turismo LGBTQIA+”, “Hospitalidade”. Foram selecionados trabalhos de autores de referência, como Beni (2001), Urry (2001), Camargo (2004), Dias (2005) e Hall (2001).

3.5 Pesquisa Documental

A pesquisa documental constituiu a fase inicial de coleta de dados sobre as atividades da SETUR São Luís. Distinguindo-se da pesquisa bibliográfica pela utilização de fontes que ainda não foram objeto de análise por parte de nenhum autor (GIL, 2019), este procedimento se centrou na análise do portfólio oficial de ações e dos materiais disponibilizados pela secretaria. Os principais documentos e registros oficiais submetidos à investigação foram:

- Guia Turístico LGBTQIAPN+ de São Luís: Analisado para compreender o mapeamento dos atrativos (Patrimônio da Humanidade) com viés inclusivo;
- Manual “Para Atender Bem o Turista LGBT+”: Examinado para identificar os parâmetros técnicos de qualificação profissional exigidos do *trade*;
- Catálogo LGBTQIAPN+ (1ª Edição): Utilizado para mapear o inventário de empreendimentos, serviços e experiências de turismo inclusivo validados no município;

- Registos de Participação em Feiras e Eventos Estratégicos: Inventário das inserções na *FITUR Madrid 2026* (no estande da IGLTA), na *LGBT+ Turismo Expo* (4 edições), no espaço LGBT+ da *Festuris* (2 edições), na Roda da Diversidade da *WTM Latin America 2026* e na Conferência Internacional da Diversidade;
- Mídias Promocionais e Campanhas Digitais: Análise dos vídeos promocionais “São Luís: descubra o destino que celebra o amor em todas as suas formas!”, “Ilha do Amor, Ilha da Diversidade” e “São Luís Diversa”, que são focados na promoção do turismo inclusivo no destino.

3.6 Método de Análise dos Dados

Para o tratamento e a interpretação dos dados coletados por meio da pesquisa documental, foi utilizada a técnica inspirada na Análise de Conteúdo de Bardin (2016). Segundo a autora, a análise de conteúdo consiste em um conjunto de técnicas de análise da comunicação que recorre a procedimentos sistemáticos e objetivos para descrever o conteúdo das mensagens, com o objetivo de obter indicadores que permitam inferir conhecimentos relacionados com as condições de produção dessas mensagens.

A aplicação do método inspirado em Bardin (2016), estruturou-se em três fases cronológicas fundamentais:

- Análise preliminar: Fase em que se procedeu a uma “leitura geral” dos manuais, guias, catálogos e relatórios oficiais da SETUR, passando à seleção de documentos e à formulação dos objetivos iniciais da análise;
- Análise do material: fase de codificação e categorização. Os dados textuais e informativos do portfólio do departamento foram divididos em unidades de registo e agrupados em eixos temáticos (Eixo 1: Ações de governança e alinhamento institucional; Eixo 2: Ações de marketing e promoção do destino; Eixo 3: Ações de capacitação e qualificação técnica);
- Tratamento dos resultados, inferência e interpretação: Fase final em que os dados brutos foram transformados em conteúdo significativo. Os resultados extraídos do relatório da SETUR (tais como as sete ações de formação e a presença em feiras continentais) foram diretamente confrontados com os

fundamentos teóricos discutidos no quadro teórico (especialmente as teorias da hospitalidade de Camargo, a perspectiva turística de Urry e o planejamento sistêmico de Beni), permitindo chegar às conclusões finais do estudo.

4 ANÁLISE DAS AÇÕES DA SETUR SÃO LUÍS NO SEGMENTO DO TURISMO LGBTQIAPN+ (2021–2026)

4.1 Instrumentos Técnicos e Materiais Oficiais Lançados pela SETUR

O adensamento técnico de uma política pública de turismo se expressa na formulação de seus instrumentos de planejamento e ordenamento. Sob a ótica metodológica de Marconi e Lakatos (2017), a análise documental de relatórios e materiais institucionais permite ao investigador decodificar as metas de uma gestão e avaliar o rigor técnico de suas proposições.

Com o objetivo de separar a estrutura e o alcance dos materiais produzidos pela SETUR São Luís, o Quadro 2 sintetiza as especificações técnicas das principais publicações identificadas na base de dados da instituição:

Quadro 2: Especificações Técnicas dos Materiais Lançados pela SETUR São Luís

Instrumento / Material	Escopo Técnico e Objetivo Estratégico	Target Principal
Guia Turístico LGBTQIAPN+ de São Luís	Mapeamento de atrativos históricos, culturais, gastronômicos e de lazer com viés inclusivo na capital.	Turistas nacionais e internacionais.
Manual "Para Atender Bem o Turista LGBT+"	Cartilha de orientações técnicas contra a LGBTfobia institucional e comercial, visando a padronização do atendimento.	Profissionais do trade turístico (hotéis, bares, agências).
Catálogo LGBTQIAPN+ de Empreendimentos, Serviços e Experiências Inclusivas	Portfólio de empresas locais validadas ou engajadas com práticas de respeito à diversidade sexual e de gênero.	Operadores de turismo e visitantes.

Fonte: Drive “Lançamentos 2026” da Setur São Luís.

Quadro 3: Especificações Técnicas dos Materiais Lançados pela SETUR São Luís

Material Oficial	Escopo Técnico e Foco de Atuação	Objetivo de Posicionamento
Guia Turístico LGBTQIAPN+	Mapeamento dos atrativos da cidade (Patrimônio Cultural Mundial pela UNESCO) com viés inclusivo.	Orientar a experiência de viagem e o consumo cultural do visitante.
Manual “Para Atender Bem o Turista LGBTQ+”	Cartilha normativa de boas práticas de atendimento e combate ao preconceito.	Padronizar a hospitalidade comercial no <i>trade</i> turístico municipal.
Catálogo LGBTQIAPN+(1ª Edição)	Inventário de empreendimentos, serviços e experiências validados.	Conectar o turista a uma rede hoteleira e comercial segura e amigável.

Fonte: Drive “Lançamentos 2026” da Setur São Luís.

A aplicação do método de análise de conteúdo proposto por Bardin (2016) sobre o teor desses materiais permite realizar uma inferência crítica acerca dos objetivos da gestão municipal. Ao segmentar e decodificar as mensagens presentes nos textos, emergem três dimensões distintas de intervenção planejada:

- Guia Turístico LGBTQIAPN+: é uma ferramenta de governança e promoção local projetada para aproximar os viajantes da rica cena plural da capital maranhense. O material mapeia os principais atrativos históricos, roteiros culturais, estabelecimentos parceiros e espaços de lazer que garantem uma experiência de acolhimento livre de discriminações.

Imagem 1: Guia Turístico LGBTQIAPN+



- Manual “Para Atender Bem o Turista LGBTQIAPN+”: é uma publicação técnica de qualificação voltada para os profissionais e prestadores de serviços que compõem a cadeia turística local. Focado na humanização do receptivo, o material oferece orientações práticas sobre atendimento inclusivo, uso correto do nome social, conceitos de diversidade de gênero e orientação sexual, além de estratégias para erradicar barreiras atitudinais no comércio, hotéis, bares e restaurantes. Mais do que uma cartilha de boas práticas, o manual funciona como uma ferramenta de transformação social, capacitando o trade para afastar estereótipos, prevenir práticas discriminatórias e garantir que a hospitalidade da cidade seja exercida com pleno respeito aos direitos humanos.

Imagem 2: Manual “Para Atender Bem o Turista LGBTQIAPN+”



- Catálogo LGBTQIAPN+ (1ª Edição): é um documento estratégico de mapeamento e inteligência de mercado focado em dar visibilidade aos negócios, serviços e profissionais locais engajados no turismo de diversidade na cidade. Diferente de um guia puramente contemplativo, esta primeira edição funciona como um catálogo comercial e institucional, conectando o trade turístico e o público final a estabelecimentos preparados para oferecer um atendimento humanizado, seguro e qualificado. Com isso, a publicação fortalece a rede de empreendedorismo local e consolida São Luís como um destino pioneiro e estruturalmente comprometido com o respeito e o orgulho na base de sua cadeia econômica.

Imagem 3: Guia Turístico LGBTQIAPN+



A distribuição desses materiais foi associada à incorporação de tecnologias móveis, como a disponibilização de códigos QR (*QR Codes*) em postos de atendimento físico, facilitando o acesso à informação. Complementarmente, a estrutura da hospitalidade virtual, compreendida por Camargo (2005) como o conjunto de interações de acolhimento mediadas pelas plataformas digitais, foi operacionalizada por meio do Centro de Atendimento ao Turista (CAT On-line) via

WhatsApp, criando um canal de comunicação direta que reduz a distância informativa entre o Estado e o visitante.

A análise desses documentos evidencia que cada publicação possui uma finalidade específica dentro da estratégia institucional da SETUR, mas todas convergem para um objetivo comum: fortalecer São Luís como um destino comprometido com a inclusão, o respeito à diversidade e a qualificação da experiência turística. Sob essa perspectiva, observa-se que os materiais não foram concebidos de forma isolada, mas integram uma política de comunicação e promoção estruturada para atender diferentes atores da cadeia produtiva do turismo.

Conforme destaca Beni (2019), a informação turística constitui um dos componentes fundamentais da competitividade dos destinos, pois influencia diretamente a tomada de decisão do visitante e a organização da experiência turística. Quanto mais qualificadas e acessíveis forem essas informações, maior tende a ser a percepção de segurança e confiança do turista durante a viagem. No caso do público LGBTQIAPN+, essa dimensão torna-se ainda mais relevante. Lanza-rini (2013) observa que a escolha de um destino turístico por esse segmento está relacionada não apenas aos atrativos oferecidos, mas também à existência de ambientes onde seja possível vivenciar a experiência turística com liberdade, respeito e segurança. Assim, o desenvolvimento dos materiais gráficos contribui para reduzir incertezas e facilitar o planejamento da viagem.

Em suma, os documentos produzidos evidenciam uma preocupação simultânea com a divulgação do destino, a qualificação do trade turístico e a organização de uma rede de serviços voltada ao acolhimento da população LGBTQIAPN+. Dessa forma, esses instrumentos constituem elementos centrais da estratégia municipal de promoção do turismo inclusivo, reforçando a valorização da diversidade, a qualificação da hospitalidade e o fortalecimento da imagem de São Luís como um destino turístico acolhedor.

4.2 Governança Local, Alinhamento Institucional e Inserção em Arenas Globais

A consolidação do turismo como política pública depende da capacidade dos órgãos gestores em articular diferentes atores, estabelecer redes de cooperação e alinhar suas estratégias às demandas do mercado turístico contemporâneo. Sob essa perspectiva, as ações desenvolvidas pela Secretaria Municipal de Turismo (SETUR) de São Luís entre os anos de 2021 e 2026 evidenciam um esforço institucional voltado à inserção do município nas discussões nacionais e internacionais sobre turismo inclusivo, diversidade e promoção de destinos voltados ao público LGBTQIAPN+.

Para Hall (2001), o planejamento turístico constitui um processo contínuo que envolve a definição de objetivos, a coordenação entre diferentes instituições e a implementação de políticas capazes de promover o desenvolvimento sustentável dos destinos. O autor ressalta que a atuação do poder público ultrapassa a simples promoção turística, exigindo a construção de mecanismos de governança que integrem governo, iniciativa privada, sociedade civil e organizações representativas do setor. Nessa perspectiva, a governança turística torna-se um elemento essencial para garantir a efetividade das políticas públicas e fortalecer a competitividade dos destinos.

No caso de São Luís, observa-se que a SETUR buscou estruturar suas ações a partir dessa lógica de articulação institucional. O alinhamento com órgãos federais, como o Ministério do Turismo e o Ministério dos Direitos Humanos e da Cidadania, além da aproximação com entidades ligadas ao setor turístico maranhense, demonstra a compreensão de que a promoção do turismo LGBTQIAPN+ não pode ocorrer de maneira isolada, mas deve integrar uma política pública mais ampla, fundamentada na cooperação entre diferentes esferas governamentais e atores sociais.

Essa articulação também pode ser compreendida à luz da análise estrutural do turismo proposta por Beni (2019), segundo a qual o turismo configura-se como um sistema complexo formado por diversos subsistemas interdependentes, envolvendo órgãos públicos, empresas, entidades representativas, comunidade receptora e visitantes. Para o autor, a eficiência da atividade turística está diretamente relacionada à capacidade de integração entre esses agentes, permitindo que as ações de planejamento, promoção e comercialização ocorram de forma coordenada. Assim, ao estabelecer parcerias institucionais e aproximar-se de

organizações nacionais e internacionais, a SETUR fortalece não apenas a gestão do turismo local, mas também amplia as possibilidades de inserção de São Luís em mercados especializados.

Sob essa ótica, um dos marcos mais relevantes das ações desenvolvidas no período analisado foi a renovação da filiação de São Luís à *International LGBTQ+ Travel Association (IGLTA)*, principal organização internacional dedicada à promoção do turismo LGBTQIAPN+. A entidade reúne milhares de empresas, destinos turísticos, profissionais e organizações em diversos países, atuando na promoção de viagens seguras, inclusivas e livres de discriminação em escala global.

Nesse contexto, a permanência de São Luís como membro da associação representa mais do que um reconhecimento institucional. Trata-se de uma estratégia de posicionamento mercadológico capaz de ampliar a credibilidade do destino perante operadores turísticos, agências de viagens e turistas que buscam localidades comprometidas com princípios de inclusão e respeito aos direitos humanos. Thürler (2021) destaca que a inserção em redes internacionais voltadas ao turismo LGBT fortalece a imagem dos destinos e contribui para reduzir a percepção de insegurança frequentemente considerada por esse público durante o processo de escolha de uma viagem. Dessa forma, a filiação à IGLTA torna-se um diferencial competitivo, reforçando o compromisso da gestão municipal com políticas de diversidade e hospitalidade.

Monterrubio (2020), ao analisar o papel das organizações não governamentais na promoção do turismo LGBTQIAPN+, argumenta que entidades como a IGLTA exercem influência significativa na padronização de práticas inclusivas e na criação de parâmetros internacionais para o desenvolvimento do segmento. Segundo o autor, essas organizações funcionam como importantes intermediárias entre governos, iniciativa privada e mercado turístico, favorecendo a circulação de conhecimentos, experiências e estratégias capazes de qualificar a oferta turística. Sob essa perspectiva, a aproximação da SETUR com a IGLTA demonstra que a gestão municipal busca incorporar referenciais internacionais às suas políticas de promoção turística, ampliando as oportunidades de cooperação técnica e de intercâmbio de experiências.

Outro aspecto que evidencia essa estratégia de internacionalização foi a divulgação do Guia Turístico LGBTQIAPN+ de São Luís no estande da IGLTA

durante a FITUR 2026, realizada em Madrid, Espanha. Reconhecida como uma das maiores feiras internacionais de turismo, a FITUR constitui um espaço privilegiado para promoção de destinos, prospecção de negócios e fortalecimento das relações institucionais entre governos, empresas e organizações do setor. A apresentação do guia em um ambiente internacional demonstra que a SETUR não limitou suas ações ao mercado interno, buscando posicionar São Luís como um destino competitivo também no cenário global.

Dessa forma, verifica-se que as iniciativas desenvolvidas pela SETUR São Luís no campo da governança e das relações institucionais representam uma importante estratégia para fortalecer o posicionamento do município no mercado do turismo LGBTQIAPN+. O estabelecimento de parcerias com órgãos públicos, a aproximação com organizações internacionais e a participação em espaços de promoção turística demonstram que a gestão municipal vem buscando estruturar políticas alinhadas às tendências contemporâneas do turismo, nas quais a inclusão e a diversidade deixam de ser elementos periféricos e passam a integrar o próprio processo de planejamento e desenvolvimento do destino turístico.

4.3 Estratégias de Marketing de Destino, Feiras Especializadas e Promoção Digital

A análise das estratégias de promoção comercial adotadas pela SETUR São Luís entre 2021 e 2026 evidencia uma ruptura com as práticas tradicionais de marketing turístico em massa, migrando para uma lógica de segmentação focada em nichos de mercado. Conforme aponta Thürler (2021), o turismo voltado ao público LGBTQ+ no cenário brasileiro exige um posicionamento que ultrapasse a mera apropriação mercantilista de datas festivas pontuais. Demanda, de modo mais complexo, uma construção discursiva contínua, capaz de associar o patrimônio cultural do destino a uma atmosfera de hospitalidade irrestrita.

Essa estratégia está alinhada ao entendimento de Beni (2019), para quem o marketing turístico deve estar integrado ao planejamento do destino, considerando as características dos diferentes segmentos de demanda e as transformações do mercado. Segundo o autor, a competitividade dos destinos depende da capacidade de identificar nichos de mercado e desenvolver ações de promoção coerentes com

as expectativas e necessidades de cada público. Nesse sentido, a atuação da SETUR evidencia uma preocupação em construir uma imagem turística de São Luís que dialogue com os valores da inclusão, da diversidade e da hospitalidade.

A catalogação das ações da secretaria indica uma presença sistemática em fóruns de comercialização e debates técnicos de relevância continental, estruturada a partir dos seguintes eixos:

- **LGBT+ Turismo Expo:** Participação em quatro edições com estande institucional próprio, associando a exposição da marca a rodadas de capacitação técnica destinadas a operadores e agentes de viagens. Essa ação atua diretamente na ponta da cadeia de intermediação, convertendo o potencial atrativo de São Luís em produtos turísticos formatados e prontos para a comercialização no mercado emissor nacional e internacional;

- **Festuris (Feira de Turismo de Gramado):** Inserção em duas edições do "Espaço LGBT+", plataforma de negócios no Sul do país, utilizada para descentralizar a imagem do destino e captar fluxos turísticos de regiões receptoras consolidadas;

- **WTM Latin America:** Participação na "Roda da Diversidade" em 2026, qualificando o posicionamento político-institucional do município frente às lideranças do setor privado e da sociedade civil organizada;

- **Conferência Internacional da Diversidade:** Presença em uma edição do evento promovido pela Câmara de Comércio e Turismo LGBT do Brasil, estreitando o alinhamento com a governança corporativa do segmento.

Sob a perspectiva do marketing de destinos, essa iniciativa possui relevância estratégica, pois contribui para ampliar a visibilidade da cidade junto a operadores turísticos especializados, veículos de comunicação e organizações internacionais. Beni (2019) ressalta que a competitividade dos destinos turísticos está diretamente relacionada à sua capacidade de construir uma imagem positiva e diferenciada, capaz de dialogar com segmentos específicos do mercado. No caso do turismo LGBTQIAPN+, essa construção passa necessariamente pela demonstração de compromisso com valores como respeito, inclusão e hospitalidade.

Ademais, sob a perspectiva do planejamento turístico, essa iniciativa evidencia uma atuação voltada não apenas ao turista final, mas também aos intermediários responsáveis pela distribuição e comercialização dos produtos turísticos. Conforme

destaca Hall (2001), o desenvolvimento do turismo depende da articulação entre diferentes agentes que compõem o sistema turístico, incluindo gestores públicos, empresas, operadores e organizações representativas. Dessa forma, ao investir na qualificação desses profissionais, a SETUR amplia as possibilidades de inserção de São Luís nos canais de comercialização do turismo especializado.

Além da promoção internacional, essas ações evidenciam uma mudança na forma como a gestão pública compreende o turismo. Em vez de restringir suas estratégias à divulgação de atrativos naturais e culturais, observa-se uma ampliação do conceito de promoção turística, incorporando elementos relacionados à diversidade, aos direitos humanos e à inclusão social. Essa perspectiva está em consonância com Lanzarini (2013), que afirma que o turismo voltado ao público LGBT não deve ser entendido apenas como um segmento econômico, mas como um espaço de reconhecimento social, cidadania e valorização das diferenças.

No plano da comunicação digital, a SETUR São Luís desenvolveu uma trilogia audiovisual composta pelas peças *“São Luís: descubra o destino que celebra o amor em todas as suas formas!”*, *“Ilha do Amor, Ilha da Diversidade”* e *“São Luís Inclusiva”*. O exame desses conteúdos publicitários revela que a sua função vai além do convencimento estético tradicional.

Como defende Lanzarini (2013), a escolha de um destino por parte do turista homossexual é fortemente condicionada por fatores de vulnerabilidade e pelo risco percebido de violência. Portanto, ao utilizar os canais oficiais para exibir narrativas visuais que entrelaçam os patrimônios históricos, naturais e culturais à diversidade humana, o Estado atua na redução da percepção de risco. Essa estratégia ressignifica o espaço urbano e transforma o patrimônio cultural em um ambiente de validação da cidadania desses indivíduos.

Do ponto de vista do marketing de destinos, essas produções audiovisuais exercem uma função que vai além da divulgação dos atrativos turísticos. Elas contribuem para a formação da imagem do destino e para a construção de uma identidade institucional alinhada aos princípios da hospitalidade inclusiva. Conforme Beni (2019), a promoção turística contemporânea deve privilegiar experiências, valores e atributos capazes de diferenciar um destino em um mercado cada vez mais competitivo. Nesse sentido, a valorização da diversidade passa a integrar a própria estratégia de posicionamento da cidade.

Sob a perspectiva da hospitalidade, Camargo (2004) destaca que acolher vai além do ato de receber visitantes, envolvendo a construção de relações pautadas no respeito, na reciprocidade e no reconhecimento do outro. Dessa forma, a comunicação institucional também pode ser compreendida como uma expressão da hospitalidade, uma vez que transmite aos potenciais visitantes os valores que orientam o destino e sinaliza o compromisso da gestão pública com uma experiência turística baseada na inclusão.

Em conjunto, as ações de participação em feiras especializadas e de fortalecimento da comunicação digital demonstram que a estratégia de promoção adotada pela SETUR buscou ampliar a presença de São Luís em mercados especializados, fortalecer sua imagem institucional e consolidar a cidade como um destino comprometido com a diversidade. Embora ainda seja um processo em construção, observa-se que essas iniciativas representam um avanço na incorporação da inclusão às políticas de marketing turístico do município, aproximando São Luís das práticas adotadas por destinos que vêm investindo na valorização da diversidade como elemento de diferenciação e competitividade no mercado turístico.

4.4 Capacitação Profissional e Qualificação do Fator Humano Receptivo

A sustentabilidade de uma política de fomento ao turismo inclusivo depende da capacidade do polo receptor de absorver e praticar as diretrizes propostas pela superestrutura. De acordo com as formulações de Dias (2005), a qualidade no atendimento turístico não se resume a um conjunto de procedimentos puramente mecânicos; ela possui uma dimensão psicossocial que impacta diretamente o bem-estar do cliente e dita o nível de fidelização em relação ao destino. No caso do turismo voltado às minorias, esse fator torna-se crítico: o despreparo atitudinal da mão de obra local pode transformar o momento do acolhimento em uma experiência de exclusão e violência simbólica, anulando os esforços mercadológicos das campanhas de promoção externa.

Ciente dessa interdependência, a SETUR São Luís direcionou parte de suas ações administrativas para a qualificação do fator humano local, registrando a

execução de sete ações de formação no intervalo entre 2021 e 2026, sob o formato de cursos de extensão, oficinas temáticas e palestras de sensibilização.

No âmbito desse calendário formativo, a implementação de um programa de qualificação desenhado especificamente para os guias de turismo locais assume papel de destaque estratégico. Os guias de turismo atuam como mediadores diretos do espaço e do patrimônio cultural da cidade. Eles controlam as narrativas e configuram a interface viva entre o visitante e a comunidade local. A capacitação técnica desses profissionais atua como uma barreira preventiva contra condutas homofóbicas ou transfóbicas, assegurando o respeito e a integridade psicológica do turista durante os roteiros na cidade.

A articulação dessas práticas pedagógicas encontra amparo nas teorizações de Camargo (2004, 2005) sobre os domínios da hospitalidade. O autor argumenta que o acolhimento transita por dimensões que vão do espaço privado ao espaço comercial e público. No contexto do turismo gerenciado pelo Estado, a realização dessas ações de qualificação técnica representa uma intervenção planejada para converter a hospitalidade espontânea do município em uma hospitalidade pública e comercial devidamente qualificada. Essa abordagem técnica instrumentaliza o trabalhador do turismo para lidar com a alteridade, desconstruindo vieses inconscientes e transformando São Luís em um território urbano inclusivo e sintonizado com os direitos humanos.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho buscou estudar o conjunto de ações de promoção, qualificação e inclusão social destinadas ao turismo LGBTQIAPN+ desenvolvidas pela SETUR São Luís entre os anos de 2021 e 2026. Nesse sentido, permitiu enxergar um pouco mais sobre a interseção dos temas gestão pública e agendas da diversidade e dos direitos humanos na capital do Maranhão. Ao mapear ações de promoção, qualificação e inclusão social voltadas para o turismo LGBTQIAPN+ coordenadas pela SETUR São Luís, no período de 2021 a 2026, a investigação avançou no entendimento sobre estes temas na realidade maranhense.

Os resultados da investigação demonstram que a SETUR São Luís assumiu um papel indutor no período analisado, entendendo-se que a competitividade de um destino está intrinsecamente ligada à sua capacidade de projetar uma imagem de segurança, hospitalidade e respeito pela pluralidade humana.

A análise do conjunto de documentos produzidos pela autarquia revelou o ensejo de fortalecer a atuação pública neste tema. Os três principais instrumentos analisados, o Guia Turístico LGBTQIAPN+ de São Luís, o Manual “Como Atender Bem os Turistas LGBTQ+” e o Catálogo LGBTQIAPN+ demonstraram que a SETUR fez um esforço para alinhar a capital de São Luís com as diretrizes globais da Associação Internacional de Turismo LGBTQ+ (IGLTA) e da Organização Mundial do Turismo (OMT), estabelecendo pontes sólidas entre a teoria da hospitalidade pública e comercial (CAMARGO, 2004) e a prática sistêmica da atividade (BENI, 2001).

A ideia de que as ações institucionais da secretaria funcionam como vetores positivos para o reposicionamento no mercado e a melhoria dos serviços aponta para um olhar progressivo sobre o tema, embora revele as limitações comuns da gestão pública. Em uma perspectiva externa, a inclusão de São Luís em feiras globais de prestígio, como a FITUR, em Madrid, e a LGBTQ+ *Tourism Expo*, caminha no sentido de ressignificar as representações do destino (URRY, 2001). A cidade vem buscando dissipar estigmas históricos e, concomitantemente, projetar o seu rico patrimônio material e imaterial, como territórios seguros e acolhedores para corpos tradicionalmente marginalizados.

Além disso, a vulnerabilidade destas iniciativas às flutuações orçamentárias e às transições políticas municipais demonstra que o turismo LGBTQIAPN+ em São Luís continua a ser tratado como uma política governamental temporária, carecendo de garantias legais que o transformem em uma política pública de Estado permanente. Essa fragilidade institucional é agravada pela emergência de vetores políticos e legislativos contrários que tensionam a agenda do turismo inclusivo. Um exemplo dessa assimetria foi a aprovação de legislações locais restritivas quanto ao uso de banheiros públicos e estabelecimentos comerciais por mulheres trans, medida posteriormente suspensa pelo Tribunal de Justiça do Maranhão (TJMA) devido às suas inconstitucionalidades e violações aos direitos humanos. A existência de tais iniciativas no próprio poder legislativo municipal neutraliza o alcance das diretrizes acolhedoras emitidas pela SETUR, envia sinais contraditórios ao mercado e compromete a consolidação de uma imagem de segurança e acolhimento do destino.

A escassez de dados quantitativos e estatísticos locais sobre o perfil, a duração média da estadia e o fluxo financeiro exato da comunidade LGBTQIAPN+ na cidade se tornou também uma limitação, dificultando o planejamento estratégico a longo prazo baseado em dados concretos.

Diante dos achados e visando contribuir para o aprimoramento das políticas públicas de turismo inclusivo em São Luís, propõem-se as seguintes recomendações:

- Institucionalização das políticas públicas: propõe-se a elaboração de um projeto de lei municipal que estabeleça o Plano Decenal para o Turismo da Diversidade em São Luís, garantindo a dotação de verbas orçamentais fixas e protegendo as ações contra descontinuidades administrativas ou mudanças partidárias na gestão executiva;
- Criação do Selo Municipal de Hospitalidade Inclusiva: sugere-se a criação de uma certificação oficial, concedida pela Câmara Municipal às empresas do setor do turismo que comprovem ações de qualificação sobre diversidade de gênero e orientação sexual;
- Descentralização e expansão da formação: Recomenda-se alargar o calendário de workshops educativos previstos no manual de serviço para além das tradicionais zonas hoteleiras de Ponta d'Areia e Calhau, abrangendo os

trabalhadores do Centro Histórico, os vendedores do mercado, os taxistas, os cobradores dos transportes públicos e o comércio local nas praias e nos centros culturais periféricos;

- Implementação de uma pasta LGBTQIAPN+ no Observatório do Turismo: fala-se na geração de dados com foco na investigação dentro desta temática, tais como gerar dados censitários específicos durante grandes eventos (como o São João e o Carnaval), medindo o impacto do *Pink Money* na economia local para apoiar decisões de marketing mais precisas.

Por fim, reconhece-se como limitação deste trabalho o seu caráter predominantemente documental e descritivo. Para ampliar o horizonte analítico desta investigação, aponta-se como agenda necessária para pesquisas futuras a realização de abordagens qualitativas de campo. Sugere-se a condução de entrevistas semiestruturadas com gestores públicos da SETUR São Luís, lideranças e coletivos do público LGBTQIAPN+ local e representantes do trade turístico (hoteleiros, agentes de viagens e comerciantes). Esse aprofundamento empírico permitirá contrastar as diretrizes institucionais com a percepção real dos sujeitos envolvidos, mensurar os impactos sociais e econômicos práticos no cotidiano da cidade e avaliar o grau de efetividade e acolhimento das políticas de diversidade na ponta do serviço turístico.

Em última análise, compreender e melhorar as ações da SETUR São Luís no âmbito do turismo LGBTQIAPN+ vai além de um debate meramente empresarial ou econômico sobre a geração de receitas e o aumento da ocupação hoteleira. Trata-se de uma discussão relevante sobre o direito à cidade, cidadania e justiça social.

Ao estruturar canais públicos para acolher a comunidade LGBTQIAPN+ de forma digna, respeitosa e qualificada, São Luís não só aumenta a sua competitividade no mercado global de destinos, como também cumpre o seu mais nobre papel ético: transformar a hospitalidade ancestral que corre nas suas veias culturais em uma ferramenta viva de afirmação política, respeito pelos direitos humanos e celebração da pluralidade.

REFERÊNCIAS

- BALBI, Henrique. **Atlas da Violência**: com quase um caso por hora, agressões contra população LGBTQIA+ aumentam 39,4% em um ano. CNN Brasil, [S. l.], 18 jun. 2024. Nacional. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/nacional/brasil/violencia-contra-a-comunidade-lgbtqiap-n-continua-em-crescimento-no-brasil/>. Acesso em: 20 jul. 2026.
- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2016.
- BENI, Mario Carlos. **Análise estrutural do turismo**. 4. ed. São Paulo: Contexto, 2001.
- BENI, Mario Carlos. **Análise estrutural do turismo**. 14. ed. São Paulo: Senac, 2019.
- CAMARGO, Luiz Octávio de Lima. **Os domínios da hospitalidade**. Revista Hospitalidade, São Paulo, v. 2, n. 2, p. 7-15, 2005.
- BLOCOS de carnaval LGBT em Salvador. **Blocos de Rua**, Salvador, [202-?]. Disponível em: <https://www.blocosderua.com/salvador/noticias/blocos-de-carnaval-lgbt-salvador/>. Acesso em: 3 jun. 2026.
- CAMARGO, Luiz Octávio de Lima. **Hospitalidade**. São Paulo: Aleph, 2004.
- DIAS, Reinaldo. **Qualidade no atendimento turístico**. São Paulo: Thomson Learning, 2005.
- CHAGAS, Paulo Victor. **Ministério lança guia para atendimento de turistas LGBT**. Agência Brasil, Brasília, 21 nov. 2016. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2016-11/ministerio-lanca-guia-para-atendimento-de-turistas-lgbt>. Acesso em: 3 jun. 2026.
- DESTINATIONS INTERNATIONAL. **Destinations International and IGLTA Launch LGBTQ+ Tourism Toolkit Focused on Traveler Values, Belonging and Community Impact**. Potomac Falls, 20 maio 2026. Disponível em: <https://destinationsinternational.org/press-release/destinations-international-and-iglta-launch-lgbtq-tourism-toolkit-focused-traveler>. Acesso em: 3 jun. 2026.
- DINO. **São Luís amplia presença internacional com o Meeting Brasil**. Valor Econômico, [S. l.], 18 jun. 2026. Disponível em: <https://valor.globo.com/patrocinado/dino/noticia/2026/06/18/sao-luis-amplia-presenca-internacional-com-o-meeting-brasil-1.ghtml>. Acesso em: 3 jun. 2026.

GEE, Chuck Y. **O negócio do turismo**. Porto Alegre: Bookman, 2015.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2019.

GONZAGA, Rafael. **As sete capitais mais capacitadas para receber o público LGBT no Brasil**. Viagem e Turismo, [S. l.], 28 jun. 2016. Disponível em: <https://viagemeturismo.abril.com.br/materias/as-sete-capitais-mais-capacitadas-para-receber-o-publico-lgbt-no-brasil/>. Acesso em: 3 jun. 2026.

HALL, Colin Michael. **Planejamento turístico**: políticas, processos e planejamentos. São Paulo: Contexto, 2001.

HANAI, Frederico Yuri. **Desenvolvimento sustentável e sustentabilidade do turismo: conceitos, reflexões e perspectivas**. *Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional*, Taubaté, v. 8, n. 1, p. 198-231, jan./abr. 2012. Disponível em: <https://www.sustenta.ufscar.br/arquivos/artigos/hanai-desenv-sust-turismo.pdf>. Acesso em: 3 jun. 2026.

FLORIDA, Richard. **A ascensão da classe criativa**: e seu papel na transformação do trabalho, do lazer, da comunidade e do cotidiano. Porto Alegre: L&PM, 2011.

INTERNATIONAL LGBTQ+ TRAVEL ASSOCIATION (IGLTA). **IGLTA Global Travel Network**. Fort Lauderdale: IGLTA, 2026. Disponível em: <https://www.iglta.org>. Acesso em: 18 abr. 2026.

KAJIHARA, Kelly. **A imagem do Brasil no exterior**: Análise do material de divulgação oficial da EMBRATUR. *Caderno Virtual de Turismo*, Rio de Janeiro, v. 10, n. 1, p. 91-105, 2010.

LASH, Scott; URRY, John. **Economies of signs and space**. London: SAGE Publications, 1994.

LANZARINI, Major. **Turismo e Homossexualidade**. São Paulo: Aleph, 2013.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2017.

MARANHÃO. Tribunal de Justiça do Maranhão (TJMA). **TJMA suspende lei que proibia uso de banheiro feminino por mulheres trans**. Notícias do TJMA, São Luís, 2023. Disponível em: <https://www.tjma.jus.br/midia/tjma/noticia/521999/tjma-suspende-lei-que-proibia-uso-de-banheiro-feminino-por-mulheres-trans>. Acesso em: 20 jul. 2026.

MARKABLE COMUNICAÇÃO. **Turismo inclusivo vira estratégia de crescimento e redefine o conceito de luxo em 2026**. Estadão Blue Studio: Empreenda+, 19 jan. 2026. Disponível em:

<https://bluestudio.estadao.com.br/agencia-de-comunicacao/empreenda-mais/turismo-inclusivo-vira-estrategia-de-crescimento-e-redefine-o-conceito-de-luxo-em-2026/>.

Acesso em: 3 jun. 2026.

MINAYO, Maria Cecília de Souza (org.). **Pesquisa social: teoria, método e criatividade**. 34. ed. Petrópolis: Vozes, 2016.

MINISTÉRIO DO TURISMO (Brasil). **Segmentação do Mercado Turístico: orientações estratégicas**. Brasília: MTur, 2022. Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br>. Acesso em: 10 abr. 2026.

MONTERRUBIO, Carlos. **The role of non-governmental organizations in LGBTQ+ tourism promotion and standardisation**. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, v. 45, p. 210-218, 2020.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO (OMT). **UN Tourism: sustainable development and inclusion**. Madri: OMT, 2024. Disponível em: <https://www.unwto.org>. Acesso em: 10 abr. 2026.

OUT LEADERSHIP. **LGBT+ Travel & Tourism: The Global Market Opportunity**. New York: Out Leadership, 2023.

PORTUGAL. Comissão para a Cidadania e a Igualdade de Género. **Guia para a promoção da diversidade, equidade e inclusão no turismo: Turismo para [com] pessoas**. Lisboa: CIG; Turismo de Portugal, ago. 2025. Disponível em: <https://www.cig.gov.pt/wp-content/uploads/2026/04/guia-promocao-diversidade-equidade-inclusao-turismo-ago-25.pdf>. Acesso em: 3 jun. 2026

PINK money: o poder do dinheiro rosa. **CNN Brasil**, [S. l.], 2026. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/nacional/pink-money-o-poder-do-dinheiro-rosa/>.

Acesso em: 3 jun. 2026.

RIO DE JANEIRO (Município). Empresa de Turismo do Município do Rio de Janeiro (RIOTUR). **Portal Oficial de Turismo do Rio de Janeiro**. Rio de Janeiro: Riotur, 2026. Disponível em: <https://riotur.rio>. Acesso em: 17 abr. 2026.

RUSCHMANN, Doris van de Meene. **Turismo e planejamento sustentável: a proteção do meio ambiente**. Campinas: Papirus, 1997.

SALVADOR (Município). Secretaria Municipal de Cultura e Turismo (SECULT). **Visit Salvador da Bahia:** portal oficial de turismo. Salvador: Secult, 2026. Disponível em: <https://www.salvadordabahia.com>. Acesso em: 17 abr. 2026.

SANTOS, Paulo S. L. **O Poder do Turismo: Economia e Cultura em Movimento**. CNTur, 7 nov. 2024. Disponível em: <https://cntur.com.br/o-poder-do-turismo-economia-e-cultura-em-movimento/>. Acesso em: 4 jul. 2026.

SÃO LUÍS (Município). Secretaria Municipal de Turismo (SETUR). **Catálogo de Empreendimentos, Serviços e Experiências de Turismo Inclusivo LGBTQIAPN+ em São Luís**. 1. ed. São Luís: SETUR, 2026. Disponível em: <https://www.turismosaoluis.com>. Acesso em: 06 abr. 2026.

SÃO LUÍS (Município). Secretaria Municipal de Turismo (SETUR). **Guia Turístico LGBTQIAPN+ de São Luís**. São Luís: SETUR, 2026. Disponível em: <https://www.turismosaoluis.com>. Acesso em: 02 abr. 2026.

SÃO LUÍS (Município). Secretaria Municipal de Turismo (SETUR). **Lançamentos 2026**. São Luís: SETUR, 2026. Disponível em: https://drive.google.com/drive/folders/1A1zxQhJ_s-ARSVDszRDbvsXAAsmhbXL-?usp=drive_link. Acesso em: 02 abr. 2026.

SÃO LUÍS (Município). Secretaria Municipal de Turismo (SETUR). **LGBTQIAPN+**. São Luís: SETUR, 2026. Disponível em: https://drive.google.com/drive/folders/1yaCCCF4xRJ29WuzF4vtwL7K_NqUJAzwo?usp=sharing. Acesso em: 02 abr. 2026.

SÃO LUÍS (Município). Secretaria Municipal de Turismo (SETUR). **Manual Para Bem Atender o Turista LGBTQIAPN+**. 1. ed. São Luís: SETUR, 2026. Disponível em: https://drive.google.com/drive/folders/1f_b8NAZjBhn7i8-UuCRp74jMgrfkQC1L. Acesso em: 06 abr. 2026.

SÃO LUÍS (Município). Secretaria Municipal de Turismo (SETUR). **Turismo LGBT+**: as ações da SETUR São Luís no âmbito do turismo LGBT+ (2021-2026). São Luís: SETUR, 2026. Relatório Técnico Institucional.

SÃO LUÍS (Município). Secretaria Municipal de Turismo (SETUR). **Manual "Para Bem Atender o Turista LGBT+"**. São Luís: SETUR, 2026. Disponível em: <https://www.turismosaoluis.com>. Acesso em: 02 abr. 2026.

SÃO LUÍS (Município). Secretaria Municipal de Turismo (SETUR). **Manual "Para Atender Bem o Turista LGBT+"**. São Luís: SETUR, 2026. Disponível em: <https://www.turismosaoluís.com>. Acesso em: 02 abr. 2026.

SÃO LUÍS: descubra o destino que celebra o amor em todas as suas formas!. *In*: **Secretaria de Turismo de São Luis**. [S. l.: s. n.], 2023. 1 vídeo (1 min). Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=HVQ_6vzAHF4. Acesso em: 3 jun. 2026.

SÃO PAULO (Município). Secretaria Especial de Comunicação. **Pesquisa inédita mostra o perfil do turista durante a Parada Gay**. São Paulo: Prefeitura de São Paulo, [201-?]. Disponível em: <https://prefeitura.sp.gov.br/web/comunicacao/w/noticias/137813>. Acesso em: 3 jun. 2026.

SÃO PAULO (Município). São Paulo Turismo (SPTURIS). **Visite São Paulo**: portal oficial de turismo da cidade de São Paulo. São Paulo: SPTuris, 2026. Disponível em: <https://visitesaopaulo.com>. Acesso em: 17 abr. 2026.

SMITH, Neil. **A nova fronteira urbana**: a gentrificação e a cidade revanchista. Belo Horizonte: Letra e Voz, 2012.

THÜRLER, Djalma. **Turismo LGBT no Brasil: estratégias de hospitalidade e promoção da diversidade**. Salvador: Edufba, 2021.

TURISMO LGBTQIA+: pesquisa revela onde famílias encontram respeito e segurança. **Mercado & Eventos**, [S. l.], 2026. Disponível em: <https://www.mercadoeeventos.com.br/noticias/turismo-em-dados/turismo-lgbtqia-pesquisa-revela-onde-familias-encontram-respeito-e-seguranca/>. Acesso em: 3 jun. 2026

URRY, John. **O olhar do turista**: lazer e viagens nas sociedades contemporâneas. 3. ed. São Paulo: Studio Nobel, 2001.

ANEXOS

ANEXO A - GUIA TURÍSTICO LGBTQIAPN+ DE SÃO LUÍS

O Guia Turístico LGBTQIAPN+ de São Luís mapeia os principais atrativos históricos, culturais, gastronômicos e de lazer da capital maranhense sob a ótica da diversidade. A publicação sistematiza rotas urbanas e empreendimentos acolhedores, visando oferecer subsídios informativos seguros para viajantes desse segmento. Ao articular patrimônio cultural e acessibilidade social, o material busca consolidar São Luís como um destino inclusivo e alinhado às diretrizes contemporâneas do turismo de diversidade.

Manual “Para Atender Bem o Turista LGBT+”

Material disponível em:

https://drive.google.com/file/d/18zi5B_VqQmBpB_LEZbVWpMbJxfxjiBaa/view?usp=drivesdk

ANEXO B - MANUAL “PARA ATENDER BEM O TURISTA LGBT+”

O manual “Para Atender Bem o Turista LGBT+” funciona como um instrumento pedagógico voltado à capacitação dos agentes e prestadores de serviços do setor turístico local. Seu conteúdo aborda diretrizes de atendimento humanizado, letramento sobre terminologias de gênero e sexualidade, além de estratégias de combate à discriminação no trade turístico. Trata-se de uma ferramenta técnica orientada para a elevação da qualidade dos serviços e a garantia dos direitos fundamentais dos usuários na rede receptiva.

Material disponível em:
<https://drive.google.com/file/d/17OWL5P7vu7jgY4Litg8umZwlmezBpGw3/view?usp=drivesdk>

ANEXO C - CATÁLOGO LGBTQIAPN+ DE SÃO LUÍS

O Catálogo LGBTQIAPN+ de São Luís compila e organiza a oferta de serviços, eventos, espaços culturais e estabelecimentos comerciais abertos ou amigáveis (LGBTQIA+ friendly) no município. Com foco na estruturação da cadeia produtiva local, o catálogo serve como guia de consulta tanto para turistas quanto para profissionais da área, evidenciando o potencial econômico do segmento e promovendo a visibilidade dos empreendimentos comprometidos com a inclusão.

Material disponível em:

https://drive.google.com/file/d/13PSnE2Vu21Sy6nW4wH0xKoolWYsSCeLw/view?usp=drive_sdk