

Universidade de Brasília - UnB

Centro de Excelência em Turismo – CET

AGATHA RITA DOROTÉIA TAVARES GUERRA

**O Turismo LGBT em Brasília: desafios do lazer e da
hospitalidade**

Brasília

2015

AGATHA RITA DOROTÉIA TAVARES GUERRA

**O Turismo LGBT em Brasília: desafios do lazer e da
hospitalidade**

Dissertação apresentada ao Programa de Mestrado Profissional em Turismo da Universidade de Brasília como requisito parcial para obtenção do título de Mestre.

Orientadora: Profa. Dra. Iara Lucia Gomes Brasileiro.

Brasília

2015

Ficha catalográfica elaborada automaticamente,
com os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

G934t

Guerra, Agatha Rita Dorotéia Tavares
O Turismo LGBT em Brasília: desafios do lazer e da
hospitalidade / Agatha Rita Dorotéia Tavares
Guerra; orientador Iara Lúcia Gomes Brasileiro. --
Brasília, 2015.
84 p.

Dissertação (Mestrado - Mestrado Profissional em
Turismo) -- Universidade de Brasília, 2015.

1. Turismo. 2. LGBT. 3. Hospitalidade. 4. Lazer.
5. Brasília. I. Lúcia Gomes Brasileiro, Iara ,
orient. II. Título.

AGATHA RITA DOROTÉIA TAVARES GUERRA

**O Turismo LGBT em Brasília: desafios do lazer e da
hospitalidade**

Dissertação apresentada ao Programa de Mestrado Profissional em Turismo da Universidade de Brasília como requisito parcial para obtenção do título de Mestre.

Orientadora: Profa. Dra. Iara Lucia Gomes Brasileiro.

Brasília, 6 de março de 2015.

Banca Examinadora:

Prof.^a Dr.^a Iara Lucia Gomes Brasileiro
Presidente

Prof.^a Dr.^a Neuza de Farias Araújo

Prof.^a. Dr.^a. Ivany Câmara Neiva

Prof.^a. Dr.^a. Lana Magaly Pires
(Suplente)

Dedico esta dissertação aos meus pais, Valquíria Tavares Guerra (*in memoriam*) e Anthony Eden Guerra, por tudo que sempre fizeram por mim e em prol da minha formação. Minha eterna gratidão e reconhecimento. Aos meus familiares, pelo amor, paciência, compreensão e apoio fundamentais para o cumprimento de mais essa jornada.

AGRADECIMENTOS

Inicialmente quero agradecer à minha orientadora, professora Dra. Iara Lucia Gomes Brasileiro, pelos ensinamentos, sugestões, dedicação, incentivo, pela disponibilidade sempre manifestada, pela amizade, compreensão, sobretudo, pela paciência em todos os momentos.

À Universidade de Brasília por oportunizar um ensino gratuito e de qualidade.

À colega de mestrado Lívia Cristina B. S. Wiesinieski pela amizade, serenidade, pela troca de conhecimentos e pelas dicas fundamentais para a elaboração do texto final. Você foi super!

À amiga Allana de Albuquerque S. Silva pelos inestimáveis préstimos na criação da página dos questionários *on line* e apoio na elaboração dos gráficos.

À Jeane Ramalho pelas dicas das normas da ABNT, pela disponibilização dos livros necessários à realização deste trabalho, pela paciência, presença nos bons e maus momentos, companheirismo, pelas trocas de impressões, comentários acerca da pesquisa, pelo incentivo e pelas taças de espumante!

Aos funcionários do Centro de Excelência em Turismo da Universidade de Brasília, Tatielle Pereira e Luiz Lucena, pelo apoio técnico, pela amizade e pelo incentivo.

A todos os professores e colegas do mestrado que me proporcionaram conhecimentos, além de momentos descontraídos nas intermináveis horas de estudos, pelas dicas de leituras e camaradagem durante esses anos.

À Banca examinadora, pela revisão precisa e dicas absolutamente pertinentes.

À Sonale Paiva pela imensa força na revisão final da ABNT.

A todos os amigos próximos e distantes pela torcida e que colaboraram imensamente na distribuição dos questionários, especialmente a minha grande amiga Ana Luisa C. Rocci que foi de fundamental ajuda nos últimos dias em que esses questionários estavam disponíveis.

Finalmente, minha gratidão a todos aqueles que direta ou indiretamente colaboraram para a construção e finalização desta dissertação.

“Seria preciso decretar, urgentemente, que o preconceito é doença, a infelicidade é proibida, e a burrice é crime inafiançável, amém.” (Lya Luft)

Resumo

O consumo e o turismo para o segmento de Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis, Transexuais e Transgêneros (LGBT) começa a movimentar o mercado brasileiro. Trata-se de um negócio atual e oportuno, pois esse público demanda uma participação expressiva ano após ano no mercado mundial, tanto em serviços turísticos especializados (hotéis, cruzeiros, agências de viagens) quanto em lazer, entretenimento (bares, restaurantes, baladas, saunas) e consumo de bens materiais (lojas de roupas, móveis). Nesse sentido, essa segmentação do turismo tem se afirmado como uma possibilidade econômica capaz de gerar lucros significativos. O público homossexual possui, em sua maioria, um nível de escolaridade e remuneração mais elevado que a média em geral, consome bastante, é muito exigente, bem informado, gosta de praticidade e a maior parte não possui filhos, o que torna seus gastos fixos bem menores se comparados aos de casais heterossexuais. É um segmento ávido por entretenimento e por cultura. A partir deste contexto, esta dissertação analisará a oferta de lazer da cidade de Brasília e a possibilidade do turismo para o público LGBT na perspectiva da hospitalidade.

Palavras chave: Turismo. LGBT. Hospitalidade. Lazer. Brasília

Abstract

The consumption and tourism to the Gay segment, Gay, Bisexual, Transsexual and Transgender (LGBT) begins to move the Brazilian market. This is a current and timely business because this public demand a significant year after year global market share, both in specialized tourist services (hotels, cruises, travel agencies) and in leisure, entertainment (bars, restaurants, ballads, saunas) and consumption of material goods (clothing stores, furniture). In this sense, this segmentation of tourism has established itself as an economic opportunity that can generate significant profits. The homosexual public has, in most cases, a level of education and higher pay than the average generally consumes enough, is very demanding, knowledgeable, like practicality and most do not have children, which makes its fixed costs really small compared to those of heterosexual couples. He is an avid segment for entertainment and culture. From this context, this thesis will examine the leisure offer of the city of Brasilia and the possibility of tourism to the LGBT public in terms of hospitality.

Keywords: Tourism. LGBT. Hospitality. Leisure. Brasilia

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	9
JUSTIFICATIVA	11
1 TURISMO E HOMOSSEXUALIDADE	14
1.1 Gênero e diversidade sexual.....	16
1.2 Segmento LGBT.....	21
1.3 Decifrando siglas.....	22
1.4 Turismo LGBT	28
1.5 Turismo e hospitalidade: tolerância e exclusão do segmento LGBT	34
1.5.1 <i>A hospitalidade dentro do aspecto comercial e turístico</i>	43
1.6 Visibilidade e preconceito.....	45
2 FUNDAMENTAÇÃO METODOLÓGICA.....	53
2.1 Turismo LGBT em Brasília	56
3 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS DADOS	58
3.1 Questionários	58
3.2 Entrevistas.....	66
CONSIDERAÇÕES FINAIS	69
REFERÊNCIAS.....	71
APÊNDICE A – ROTEIRO DE ENTREVISTAS PARA OS ESTABELECIMENTOS ..	78
APÊNDICE B – QUESTIONÁRIO EXPERIMENTAL (IMPRESSO)	79
APÊNDICE C – QUESTIONÁRIO FINAL <i>ON LINE</i>	80

INTRODUÇÃO

No Brasil, nessas últimas décadas o movimento de lésbicas, gays, bissexuais, travestis e transexuais (LGBT), tem conseguido visibilidade e conquistado alguns direitos básicos para o exercício pleno da cidadania. Embora essa visibilidade não pressuponha respeito ou condicione o fim do preconceito para com essa comunidade, a qual continua sendo alvo de discriminação.

Um avanço social significativo alcançado pela comunidade homossexual ocorreu em 05 de maio de 2011, quando o Supremo Tribunal Federal (STF) reconheceu a união estável (civil) entre casais do mesmo sexo, em uma decisão histórica. Conforme esclarece Maria Berenice Dias (2012, p. 31) “a partir desta decisão, nada mais, quer convicções de ordem subjetiva ou religiosa podem servir de justificativa para o juiz deixar de atribuir efeitos jurídicos aos vínculos formados por pessoas do mesmo sexo.” Em maio de 2013, uma decisão do Conselho Nacional de Justiça (CNJ), deu acesso ao casamento civil para casais homossexuais, bem como obrigava os cartórios a aceitar os pedidos de conversão de uniões estáveis em casamentos. Nesse contexto, o país passa a figurar entre as nações que, há anos, já concederam esses direitos para casais homoafetivos¹. Uma conquista judicial de relevante importância para essa comunidade.

Em face destes avanços, a sociedade começa a ter outro olhar, mais brando com a diversidade sexual. Apesar de ainda existir preconceito, como afirma Maria Berenice Dias (2004, p. 51) “A sociedade que se proclama defensora da igualdade é a mesma que ainda mantém uma posição discriminatória nas questões da sexualidade. Nítida é a rejeição à livre orientação sexual”. Entretanto, esses indivíduos, continuam a lutar por direitos iguais e ao saírem da clandestinidade e constituírem novas formas de famílias, despertaram a atenção de diversos tipos de investidores que vislumbraram lucrar financeiramente com atrativos, entretenimentos, lazer, turismo, consumo, entre outros, voltados para atender esse público. Empresários começaram a dar maior atenção a esse nicho, visando prover particularidades específicas desse público. Nesse contexto, Maria Berenice Dias enfatiza que:

¹ Neologismo criado pela jurista e ex-desembargadora Maria Berenice Dias para designar a união entre casais homossexuais. O mesmo serve para a expressão homoafetividade.

Neste novo século, menores restrições pesam sobre os homossexuais, cedendo a intolerância a uma atitude de maior compreensão. Posturas predominantemente negativas são contestadas. Desmascaram-se falsos preconceitos e errôneos pressupostos estigmatizantes. (DIAS, M. 2012, p. 40).

Em função dessa visibilidade, no Brasil, o setor de turismo começa a voltar sua atenção para esses indivíduos. Brasília, a capital-monumento é uma cidade direcionada principalmente para o turismo de negócios, cívico e de eventos (CONTAIFER, 2014), mas que necessita diversificar para atrair outras clientelas, entre elas a de LGBT.

Cientes da demanda crescente desse nicho e atentos aos bons resultados mundiais obtidos com esse público, alguns empresários locais do setor de bares, hotelaria, casas noturnas, restaurantes, agências de turismo, boates, começam a investir em produtos e serviços destinados a receber esse público ávido por entretenimento que, segundo informa Bonfanti (2011, p. 19), “Eles fazem parte de um grupo que está em busca, quase sempre, de produtos diferenciados e de qualidade. E compram, geralmente, mais que o restante da população. A depender do segmento, gastam o dobro da média dos consumidores.” O governo do Distrito Federal acena investir em ações necessárias em prol de uma maior aceitação e respeito à diversidade, conforme constataram, em reportagem, Amorim e Vasconcelos (2012). A evolução dos tempos tem a capacidade de alterar e até de corrigir injustiças sociais históricas, principalmente para com a população de homossexuais.

A oferta de lazer e os desafios da hospitalidade em Brasília voltados ao público LGBT, como um potencial atrativo turístico para o segmento, demandam investimentos de empresários locais, que, de acordo com a mídia, estão atentos aos movimentos desse nicho de mercado, e têm demonstrado interesse na conquista desse filão. Segundo dados apontados por Campbell (2014, p. 29) “O Distrito Federal tem a maior taxa de relações gays registradas em cartório no país e um dos menores índices nacionais de crimes homofóbicos.” O que, a princípio, pode ser considerado como um local receptivo, hospitaleiro para esses indivíduos. Destarte, o segmento do turismo LGBT em Brasília está consolidado a ponto de atrair turistas? A hospitalidade exercida em Brasília pode se tornar um potencial atrativo para essas pessoas? Essas questões foram objeto do levantamento de dados para a elaboração desta dissertação. Deve-se destacar que “A homossexualidade

experimentou, ao longo da história da humanidade, diversos altos e baixos. De comportamento absolutamente natural, passou a ser pecado e até mesmo crime. Até hoje, o assunto provoca forte debate.” (OLIVEIRA, R. 2013, p. 38). A partir desse aspecto, este estudo aborda a oferta de lazer da cidade de Brasília, especificamente o Plano Piloto (ou RA1)², e a possibilidade do turismo para o público LGBT, pertencentes às classes sócio econômicas A e B, na perspectiva da hospitalidade. Está claro que o segmento LGBT não existe somente nessas classes, mas esta pesquisa procurou concentrar-se exclusivamente nessas camadas sociais, em virtude de serem dessas classes a maioria dos residentes e frequentadores dos equipamentos turísticos do Plano Piloto, local aonde foi realizado todo o trabalho de campo.

Nesse sentido, o **objetivo geral** deste trabalho foi analisar se há oferta de lazer em Brasília, destinada ao público LGBT (lésbicas, gays, bissexuais, travestis, transexuais e transgêneros) na perspectiva da hospitalidade e do turismo.

Quanto aos **objetivos específicos** foram: diagnosticar a oferta atual de lazer para o segmento LGBT em Brasília; identificar os atrativos, serviços e produtos turísticos e a qualidade da hospitalidade para o turismo; levantar dados sobre o turismo LGBT em Brasília e por fim, identificar o perfil do turista LGBT a partir dos dados referenciais existentes em relação ao caso Brasília.

JUSTIFICATIVA

A comunidade LGBT, na última década tem crescido e alcançado visibilidade, principalmente nos produtos midiáticos, os quais auxiliam muito na construção do entendimento da realidade social desses indivíduos. Essa visibilidade – que, como já dito, não traduz respeito ou o fim do preconceito - oportunizou aos homossexuais, por meio de ações efetivas, alcançar gradativamente conquistas de alguns direitos básicos para o exercício pleno da cidadania.

Neste contexto, surge a transformação desse público em verdadeiros nichos de mercado, entre eles o do turismo. O setor de viagens e turismo passou, assim, a ter mais um segmento de entretenimento voltado para essas pessoas. Muitos ainda se questionam acerca desse tipo de turismo segmentado para homossexuais, sob a

² Região Administrativa 1 do Distrito Federal.

alegação de que, ao se direcionar um produto para uma minoria, estaria reforçando uma atitude preconceituosa. Entretanto, no entendimento de Trevisan (2006) deve-se cogitar a possibilidade de existir diversos tipos de turismo que privilegiem interesses de grupos distintos, e o autor afirma que, em relação ao público LGBT, “Trata-se de necessidades específicas que não podem esperar [...] que a sociedade aceite sua vocação para a diversidade e, assim, cumpra seu papel de democracia pluralista, inclusive no turismo.” (TREVISAN, 2006, p. 141).

Os turistas LGBT, em sua maioria, conforme apontam pesquisas anteriores (OLIVEIRA, L. 2002; REINAUDO; BACELLAR 2008), possuem alto nível de escolaridade e remuneração elevada, quando comparado com a média das outras pessoas. Consomem bastante, são exigentes, bem informados e, na maioria das vezes, não tem filhos, fazendo com que a renda do casal homossexual seja dobrada em relação aos casais convencionais.

Nessa perspectiva, durante Especialização em Gestão e Marketing do Turismo realizada na Universidade de Brasília, a autora desta Dissertação percebeu que o mundo estava dividido em lugares onde os homossexuais são bem recebidos e outros em que são rejeitados. Diante disso, esse tema, que sempre provoca curiosidade e levanta polêmicas, foi escolhido para o trabalho final apresentado para obtenção do título de especialista quando ficou evidente que entre todos os segmentos estudados à época, o único, no Brasil, que possuía escassos dados e literatura a respeito era o desse público, apesar de já começar a despontar como um segmento em expansão (GUERRA, 2002).

Por conta do exposto, manifestou-se o interesse em analisar os desafios da hospitalidade e da oferta de lazer para a cidade de Brasília, cuja vocação está voltada, principalmente, para o turismo de negócios e eventos, mas que precisa de outro olhar a fim de que possa diversificar essa oferta e acolher esse tipo de turista.

Brasília é conhecida como uma cidade monumento, cuja moderna arquitetura e traços urbanísticos termina por se somar aos já mencionados atrativos turísticos. Costuma receber grupos de visitantes do Brasil e do mundo. Nesse contexto, surgiu a necessidade de verificar a aptidão dessa capital no sentido de receber um grupo específico de turistas: o segmento LGBT.

A fim de investigar o assunto aqui proposto, foram levantadas as seguintes questões: como os turistas LGBT percebem a hospitalidade de Brasília? Qual a motivação dos turistas LGBT ao visitar e utilizar os serviços em Brasília? Quais as instituições que já possuem dados sobre a visita de turistas LGBT em Brasília? Qual o perfil do turista LGBT que visita Brasília? Que mudanças/transformações ocorreram na última década envolvendo os turistas LGBT? Para obter as respostas a essas indagações foram realizadas entrevistas, questionários e pesquisas bibliográficas.

Esta dissertação está estruturada em três capítulos que conduzirão à discussão acerca da temática do turismo LGBT em Brasília. O primeiro capítulo apresenta o quadro teórico que envolve as discussões a respeito de gênero, homossexualidade e turismo. Deve-se ressaltar que não será discutida a questão da homossexualidade e sim a inserção do público LGBT no mercado. O segundo capítulo está centrado na apresentação da metodologia utilizada para a coleta, análise e interpretação dos dados. O terceiro capítulo contempla os resultados alcançados na pesquisa.

1 TURISMO E HOMOSSEXUALIDADE

Existem vários conceitos acerca do turismo, assim como a quantidade de autores que o tentam definir. Alguns o caracterizam sob o aspecto econômico e sociológico, outros como uma indústria ou fenômeno (MOLINA, 2005). Em um sentido mais amplo, Moesch afirma que:

O turismo é uma combinação complexa de inter-relacionamentos entre produção e serviços, em cuja composição integram-se uma prática social com base cultural, com herança histórica, a um meio ambiente diverso, cartografia natural, relações sociais de hospitalidade, troca de informações interculturais. O somatório desta dinâmica sociocultural gera um fenômeno, recheado de objetividade/subjetividade, consumido por milhões de pessoas, como síntese: um produto turístico. (MOESCH, 2002, p. 09).

No entendimento de Krippendorf (2003, p. 16) “O turismo funciona como terapia da sociedade, válvula que faz manter o funcionamento do mundo de todos os dias. Ele exerce um efeito estabilizador não apenas sobre o indivíduo, mas também sobre toda a sociedade e a economia.” Nesse contexto, o indivíduo passa a ter necessidade do lazer, da viagem para o descanso merecido. Enquanto Molina (2005, p. 17) aponta que “As grandes transformações sofridas pelas diferentes sociedades humanas influenciaram notavelmente a conceituação e a prática do turismo.” Assim, pode-se afirmar que o turismo vem se adequando às necessidades da sociedade e de seus respectivos segmentos. Viajar tornou-se um fato inerente ao ser humano principalmente a partir dos tempos modernos.

Considerando-se que a homossexualidade é tão antiga quanto a heterossexualidade³, que desde os primórdios dos tempos o ser humano se locomove de um lado ao outro, a princípio, por necessidade de sobrevivência e que durante as antigas civilizações greco-romanas realizavam-se viagens motivadas pelas conquistas territoriais, religiosas, culturais entre outras, tais deslocamentos podem ser classificados como uma prática de turismo, grosso modo, similar ao existentes atualmente (GERRA, 2002). Nesse sentido, pressupõe-se que pessoas homossexuais já participavam dessas excursões. Nota-se que durante essas civilizações, as relações sexuais entre iguais eram aceitas socialmente, entretanto existiam leis rígidas para punir os excessos (OLIVEIRA, 2013).

³ Frase repetidamente atribuída ao escritor e pensador alemão Johann Wolfgang Goethe.

A invisibilidade histórica das pessoas homossexuais nunca ocasionou despertar para a questão de que essas pessoas sempre estiveram envolvidas com viagens, logo com o turismo, de um modo geral (TREVISAN, 2006). Com as mudanças ocorridas no final do século XX em virtude das conquistas e, conseqüentemente, do ganho de visibilidade de lésbicas, gays, bissexuais, travestis, transexuais e transgêneros, o mercado turístico passou a olhar esses indivíduos como potenciais clientes. Ao se questionar porque homossexuais viajam tanto desde a antiguidade, Trevisan aponta que:

[...] ocorre uma necessidade premente de conhecer o mundo. A tendência é que homossexuais abandonem os lugares mais inóspitos e agressivos, inclusive suas cidades de origens, para “procurar o seu lugar”, movidos pelo desejo de se libertar. Daí um certo pendor andarilho que pode ser associado à vivência homossexual em nossas sociedades.” (TREVISAN, 2006, p. 144).

Em face disso, não podemos deixar de considerar que o segmento homossexual constitui um importante nicho para o mercado turístico. Trigo (2009) observa que a partir dos avanços de pesquisas acerca da sexualidade como da cultura em geral, o prazer dos indivíduos heterossexuais ou homossexuais deixou de ser relacionado à culpa e pecado. Para esse autor, tanto a aceitação da homossexualidade quanto o advento do turismo de massa, são questões bastante atuais em nossa civilização ocidental. Nesse sentido, Trigo (2009, p. 142) entende que: “Sendo a liberdade sexual e o turismo de massa fenômenos igualmente recentes e frutos de possibilidades de vivência do prazer em campos cada vez mais amplos, é natural que existam conexões mais íntimas entre sexo, lazer, turismo e hospitalidade e entretenimento”. Na contemporaneidade, o movimento LGBT vivencia um momento de avanços e conquistas, e como observou Guerra (2013, p. 134) “O reconhecimento de casais homossexuais como uma família levou empresários e governos a ter outra percepção desse segmento e sinalizar favoravelmente no sentido de apostar nesse público e investir em entretenimento, lazer e turismo inclusivo.”

Nesse contexto, a fim de possibilitar uma melhor compreensão do tema, serão tratadas, no presente capítulo, questões acerca da diversidade sexual, segmento LGBT no turismo, da hospitalidade e da homofobia.

1.1 Gênero e diversidade sexual

As questões de gênero e diversidade sexual perpassam por discussões profundas ao longo da história da humanidade à cata de respostas que possam legitimar as suas várias formas, as quais não cabem aqui ser exaustivamente tratadas, considerando não ser esse nosso principal objeto de estudo.

O conceito de gênero é muitas vezes difundido para determinar biologicamente o sexo masculino e o feminino. A discussão acerca da questão do Gênero é bastante recente, data do século passado e passou a ser utilizado muito pelos movimentos sociais feministas no mundo todo, focando-se principalmente a questão da dominação do sexo masculino sobre o feminino. No dicionário eletrônico, consta que “Gênero é um termo para várias referências. Gênero pode significar principalmente a diferença entre os homens e as mulheres. Pode ser usado como sinônimo de sexo e também na referência às diferenças sociais.” (SIGNIFICADO, 2015, p. 1). No entendimento de Rougharden:

“Gênero” Usualmente diz respeito à maneira com que a pessoa expressa sua identidade sexual em um contexto cultural. Gênero reflete tanto o indivíduo influenciando as normas culturais quanto a sociedade impondo suas expectativas sobre o indivíduo. Gênero é usualmente tido como unicamente humano – qualquer espécie tem sexos, mas apenas pessoas possuem gêneros. (ROUGHARDEN, 2005, p. 28).

O debate acerca do conceito de gênero é datado a partir das influências feministas ocorridas em 1970 (ABGLT, 2010), quando então o movimento feminista pretendia dar uma maior visibilidade para as questões de desigualdades existentes entre mulheres e homens e, nessa perspectiva:

[...] distinguir a dimensão biológica da dimensão social, baseando-se no raciocínio de que há machos e fêmeas na espécie humana, no entanto, a maneira de ser homem e de ser mulher é realizada pela cultura. Assim, gênero significa que homens e mulheres são produtos da realidade social e não decorrência da anatomia de seus corpos. (ABGLT, 2010, p. 9).

Para a socióloga e feminista brasileira Heleieth Saffioti (2004, p. 45), apesar de que cada feminista possa enfatizar determinado aspecto para conceituar o gênero, há um consenso de que “o gênero é a construção social do masculino e do

feminino.” Essa autora, ainda, argumenta que “O conceito de *gênero* não explicita, necessariamente, desigualdades entre homens e mulheres. Muitas vezes, a hierarquia é apenas presumida.” (SAFFIOTI, 2004, p. 45). Na visão dessa socióloga:

[...] o gênero, embora construído socialmente, caminha junto com o sexo. Isto não significa atender somente para o contrato heterossexual. O exercício da sexualidade é muito variado; isto, contudo, não impede que continuem existindo imagens diferenciadas do feminino e do masculino.” (SAFFIOTI, 2004, p. 136).

Nos diversos estudos feministas, a literatura aponta para o fato de que o gênero feminino sempre foi dominado pelo masculino. Nesse sentido Guerra (2013) argumenta que;

As mulheres historicamente sempre foram tratadas como cidadãos de segunda classe, simplesmente como sexo frágil, cujo papel social era reduzido tão somente aos cuidados do lar e à procriação. A discriminação e o preconceito imperavam soberanos contra as mulheres durante séculos. Atualmente, o papel da mulher na sociedade não é mais a de simples coadjuvante. A mulher do século XXI possui maior autonomia sobre sua vida e seu corpo, conhece seus direitos [...]. (GUERRA, 2013, p.133).

No Brasil, na década de 1990, segundo Saffiotti (2004), o conceito de gênero foi difundido rapidamente por intermédio do artigo da feminista Joan Scott, para a qual o uso mais recente da palavra gênero apareceu entre as feministas americanas “que queriam insistir no caráter fundamentalmente social das distinções baseadas no sexo.” (SCOTT, 1989, p. 3). Em seu artigo, Scott faz uma análise acerca do uso do termo gênero entre as várias vertentes feministas. Entretanto, no seu entendimento, as definições de gênero são avaliadas apenas sob o aspecto que envolve mulheres e homens, sem se preocupar em ir além, apesar de concordar que existem diferenças entre os corpos sexuados. Para essa autora a:

[...] identificação de gênero, mesmo quando ela aparece como sendo coerente e fixa, é de fato, extremamente instável. [...] Desejos reprimidos são presentes no inconsciente e constituem uma ameaça permanente para a estabilidade da identificação de gênero, negando sua unidade e subvertendo sua necessidade de segurança. Ademais, as ideias conscientes do masculino e do feminino não são fixas, já que elas variam segundo os usos do contexto. (SCOTT, 1989, p. 16).

Para Scott (1989) e Saffioti (2004), o gênero é visto como uma categoria construída historicamente em torno de uma transformação social. No entendimento de Scott (1989) o gênero não estaria exclusivamente dentro do binarismo masculino-feminino e não seria a única relação possível e permanente da condição humana, haja vista que dentro de uma sociedade que se coloca em mutação, que está em constante transformação, há também a modificação do gênero em sua diversidade sexual. No âmbito dessas transformações estão os novos arranjos familiares construídos a partir de pessoas do mesmo sexo (pertencentes ao gênero feminino ou masculino) com ou sem filhos, em uniões homoafetivas. Para Guerra (2013) as questões de gênero devem ser discutidas no âmbito da sociedade, considerando seus direitos e permanente busca de igualdade. Nessa perspectiva, de acordo com Guerra (2013):

A conjugalidade e a parentalidade das lésbicas vai ao encontro dessa busca das mulheres pelo reconhecimento, pelos direitos e, no caso, principalmente pelo respeito à sua orientação sexual. Se as mulheres heterossexuais enfrentam adversidades para alcançar seus objetivos dentro da sociedade, o mesmo em dobro ocorre com as homossexuais, as quais têm que enfrentar inclusive discriminação do próprio gênero que está em constante luta contra o preconceito. (GUERRA, 2013, p. 133).

Saffioti (2004) aponta que, apesar de não ter efetivamente elaborado o conceito de gênero, Simone de Beauvoir a partir de sua conhecida assertiva de que “ninguém nasce mulher, mas se torna mulher” estão os fundamentos do conceito de gênero. Lutando contra o essencialismo biológico – “A anatomia é o destino” -, enveredou pela ação da sociedade na transformação do bebê em mulher ou em homem” (SAFFIOTI, 1999b *apud* SAFFIOTI, 2004, p.107). A questão do gênero é bastante ampla e seus conceitos podem ser formados a partir de categorias sociais, históricas e descritivas. E como bem disse Saffioti (2004, p. 110) “O ser humano deve ser visto como uma totalidade, na medida em que é uno e indivisível.” Nessa perspectiva, há de se lembrar que existe a identidade de gênero, onde os indivíduos de um determinado gênero se identificam como sendo de outro (mulher por homem ou vice versa).

A diversidade sexual compreende uma multiplicidade de expressões sexuais humanas que, em geral, divergem das normas heterossexuais vigentes na sociedade. No entendimento de Silva Junior (2014) “A diversidade sexual é um

desdobramento da diversidade que integra a condição humana, manifestando-se através das orientações afetivo-sexuais e das diversas identidades de gênero.” (SILVA JUNIOR, 2014, p. 21). Essa questão do amor entre iguais e da diversidade sexual não é atual nem tão pouco se trata de modismo. Sua prática é tão antiga e já foi, inclusive, pensada e discutida filosoficamente na Grécia clássica por influentes filósofos como Platão e Sócrates. Nesse aspecto, em seu livro “O Banquete”, Platão trava um debate com outros pensadores da época acerca do elogio ao amor, de suas várias formas, além das sexualidades dos seres humanos. Para Platão, havia três sexos: homens, mulheres e andróginos (pessoas metade homem, metade mulher). Assim, esse filósofo descreve como seriam os três sexos:

Com efeito, nossa natureza outrora não era a mesma que de agora, mas diferente. Em primeiro lugar, três eram os gêneros da humanidade, não como agora, o masculino e o feminino, mas também havia a mais um terceiro, comum a estes dois, do qual resta agora um nome, desaparecida a coisa; andrógino era então um gênero distinto, tanto na forma como no nome comum aos dois, ao masculino e ao feminino [...] (PLATÃO, 1999, p. 125-126).

Esse filósofo, em sua obra, continua a narrar o mito dessa forma humana, alegando que por ter uma força e vigor enormes, essas pessoas apresentavam uma grande presunção, o que levou os deuses a cortá-las ao meio. Assim, a partir da mutilação da natureza humana, os gêneros passaram a procurar suas metades, sendo que todos provenientes do corte andrógino procurariam o sexo oposto e os provenientes dos cortes de mulheres procurariam mulheres e, por conseguinte, os dos cortes de homens procurariam homens, implantando-se o amor de um pelo outro. Em outras palavras, em cada uma dessas partes estariam representadas as figuras do heterossexual, do homossexual masculino e do homossexual feminino, conforme demonstra Platão:

[...] se fosse um homem a encontrar uma mulher, que ao mesmo tempo gerassem e se fosse constituindo a raça, mas se fosse um homem com um homem, que pelo menos houvesse saciedade em seu convívio e pudessem repousar, voltar ao trabalho e ocupar-se do resto da vida. É então de há tanto tempo que o amor de um pelo outro está implantado nos homens, restaurador da nossa antiga natureza, em sua tentativa de fazer um só de dois e de curar a natureza humana. [...] Por conseguinte, todos os homens que são do corte do tipo comum, o que então se chamava andrógino, gostam de mulheres [...] assim como também todas as mulheres que gostam de homens e são adúlteras, é deste tipo que provêm. Todas as

mulheres que são o corte de uma mulher não dirigem muito sua atenção aos homens, mas antes estão voltadas para as mulheres e as amiguinhas provêm deste tipo. E todos os que são corte de um macho perseguem o macho. (PLATÃO, 1999, p. 129-130).

Existem diversos conceitos e atitudes acerca da homossexualidade que foram largamente aceitos em determinadas épocas. Entretanto, os anos e o avanço da civilização se encarregaram de abandoná-los ao passado, e que, de uma maneira geral, só surgem na atualidade como história. Embora em muitas ocasiões, contrariando os avanços conquistados por homossexuais, algumas práticas e crenças ressurgam sob o estigma daquilo que não é natural, como o amor entre iguais. No entendimento de Prado e Machado (2008), “As homossexualidades estiveram presentes no mundo de formas tão distintas quanto a própria organização cultural e moral na história das sociedades.” (PRADO; MACHADO, 2008, p. 15).

De acordo com Mott (2003), Simões e Facchini (2008), o termo homossexual foi utilizado pela primeira vez em 1869, pelo húngaro Karl-Maria Benkert, que era jornalista e memorialista, em folhetos onde esse jornalista se manifestava contra a lei prussiana que punia a sodomia masculina. Mas para Foucault (2007), a data natalícia da utilização da palavra homossexualidade, como sendo uma categoria psicológica, psiquiátrica e médica, ocorreu a partir do artigo do médico psiquiatra e neurologista alemão Carl Friedrich Otto Westphal, em 1870. No entendimento de Foucault (2007), “A homossexualidade apareceu como uma das figuras da sexualidade quando foi transferida, da prática da sodomia, para uma espécie de androgenia interior, um hermafroditismo da alma. O Sodomita era um reincidente, agora o homossexual é uma espécie,” (FOUCAULT, 2007, p. 51). Controvérsias a parte, o fato é que essa expressão continua a ser usada na contemporaneidade, não mais como sendo uma patologia sexual, grafada como homossexualismo (*ismo*, de origem grega que significa doença), mas sim como estilo de comportamento sexual, ou seja homossexualidade.

As questões do binarismo de gêneros são bastante antigas, assim como a indagação: homem ou mulher? Desse modo, Maria Berenice Dias (2012, p. 177) enfatiza que “A identidade do indivíduo como pertencente a um ou a outro sexo é feita no momento do nascimento, segundo o aspecto da genitália externa.” Então, ao nascer, o indivíduo, de acordo com seu sexo morfológico, será considerado “masculino” ou “feminino”. Assim, a heterossexualidade compulsória dividiu o mundo

entre esses dois sexos, os quais foram culturalmente aceitos como “normais”. Na heteronormatividade o único padrão de gênero aceito é aquele referente ao sexo biológico dos indivíduos. Nesse sentido, no entendimento de Butler:

A coerência ou a unidade internas de qualquer dos gêneros, homem ou mulher, exigem, assim uma heterossexualidade estável e oposicional. Essa heterossexualidade institucional exige e produz, a um só tempo, a univocidade de cada um dos termos marcados pelo gênero que constituem o limite das possibilidades de gênero no interior do sistema de gênero binário oposicional. (BUTLER, 2003, p. 45).

Para Bourdieu (2014, p. 144) “A SEXUALIDADE, tal como a entendemos, é efetivamente uma invenção histórica, mas que se efetivou progressivamente à medida que se realizava o processo de diferenciação dos diversos campos e de suas lógicas específicas.” A diversidade sexual existe e é um fato. Os comportamentos, práticas, vivências e orientações sexuais fogem do binarismo sexual biológico aceito em nossa sociedade. As características físicas exteriores dos indivíduos não determinam, pois, sua sexualidade efetiva. Nesse caso, no grupo LGBT, temos a transsexualidade, que é a rejeição do próprio sexo (gênero). Afinal, a sexualidade dos indivíduos no entendimento de Trigo (2009, p. 142,) “é complexa, sofisticada e extremamente diversificada.” Na contemporaneidade a diversidade está presente e é uma questão irrefutável, cuja inserção na sociedade está gradativamente sendo, se não aceita, pelo menos, respeitada e vem conquistando espaços. No mundo as lutas pela igualdade de gênero e pelo respeito à diversidade sexual, especialmente durante o último século e o início deste, tem se mostrado incessante. Em face disso, vem alcançando resultados satisfatórios, embora ainda persistam algumas resistências. Diante disso, faz-se necessário que haja políticas públicas com ações afirmativas no sentido de promover a conscientização da sociedade para essas causas.

1.2 Segmento LGBT

O Brasil tem vivenciado momentos de avanços e retrocessos em relação às questões dos homossexuais. As lutas pelos direitos civis e a inclusão social desses indivíduos obteve conquistas capazes de despertar o interesse do mercado para esse nicho. A partir dos anos 1990, houve uma ampliação dos espaços de sociabilidade dos homossexuais caracterizando um mercado segmentado capaz de

produzir novas expressões comerciais associadas a esse público (SIMÕES; FACCHINI, 2008). Surgindo, assim, o segmento LGBT. De acordo com Reinaudo e Bacellar (2008) esse segmento é diferente dos demais por não ter uma característica física explícita e por não ser “simples de mensurar, e seu tamanho e potencial dependem da atitude dos homossexuais e da sociedade em relação a eles.” (REINAUDO; BACELLAR, 2008, p. 71). Para esses autores, quando os homossexuais não aceitam e escondem sua orientação sexual da sociedade não podem ser considerados consumidores desse segmento.

O que atualmente se define como a segmentação de mercado gls é toda a atividade econômica focada nos consumidores homossexuais que aceitam com naturalidade sua orientação sexual, desejando consumir produtos e serviços direcionados ao seu estilo de vida. Inclui também, no Brasil, os simpatizantes da sigla, as pessoas afetiva ou ideologicamente próximas dos homossexuais que aceitam com naturalidade sua orientação sexual. (REINAUDO; BACELLAR, 2008, p. 72).

Nessa perspectiva o segmento LGBT, “seja no lazer, turismo, moda, artes ou entretenimento, surge no contexto maior dos avanços de cidadania, liberdade individual e pluralismo democrático que caracterizaram o final do século XX.” (TRIGO, 2009, p. 144). Conforme apontou, em reportagem, Sousa (2012), segundo pesquisa da *inSearch* Tendências e Estudos de Mercado, estima-se que a população LGBT no Brasil é de 18 milhões de pessoas, das quais 78% possui cartão de crédito e gastam até 30% mais em consumo do que os heterossexuais. Entretanto, esse nicho ainda não é explorado como deveria. Oliveira (2002, p. 36) afirma que “Se o Brasil tomar a iniciativa de promover o turismo G&L, estará contribuindo não apenas para aumentar a renda do país, mas também para acabar com a discriminação e o preconceito dos quais os homossexuais são vítimas em pleno século XXI.”

1.3 Decifrando siglas

Nos últimos anos, tanto no mundo quanto no Brasil, ocorreu um significativo aumento da visibilidade das identidades de gêneros e das identidades sexuais. Principalmente a partir de 2010, quando as mídias impressas e televisivas trouxeram à tona questões acerca do tema da homossexualidade, nem sempre favoráveis, mas que foram determinantes para o debate das questões que preocupam essa

comunidade desde sempre, como alcançar direitos civis garantidos. Quanto à questão da identidade, Hall argumenta que:

[...] as velhas identidades, que por tanto tempo estabilizaram o mundo social, estão em declínio, fazendo surgir novas identidades e fragmentando o indivíduo moderno, até aqui visto como um sujeito unificado. A assim chamada “crise de identidade” é vista como parte de um processo mais amplo de mudança, que está deslocando as estruturas e processos centrais das sociedades modernas e abalando os quadros de referência que davam aos indivíduos uma ancoragem estável no mundo social. (HALL, 2006, p. 7).

Por meio dessa visibilidade provocada pelos homossexuais e oportunizada pelas mídias das novas redes de comunicação, pessoas desde remotas cidades brasileiras tiveram conhecimento, de uma forma ou de outra, da realidade dessa comunidade, da existência ou surgimento de uma “nova” identidade, de suas lutas, conquistas, necessidades e principalmente da homofobia. Cada notícia a respeito do movimento de lésbicas e gays era precedida por letras que formavam siglas cujos significados foram assimilados e tornaram-se familiarizados do grande público.

Várias foram as siglas criadas para as designações das minorias sexuais. Atualmente a sigla utilizada para nomear a comunidade homossexual é Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis, Transexuais e Transgêneros (LGBT), que é aceita no mundo todo.

Até os anos 2000 o termo comumente usado para denominar a comunidade homossexual como um todo era Gays, Lésbicas e Simpatizantes (GLS), mas por não contemplar as pessoas bissexuais, passou-se a utilizar a sigla Gays, Lésbicas, Bissexuais e Simpatizantes (GLBS). Logo após resolveu-se por Gays, Lésbicas, Bissexuais, Transexuais, Travestis e Transgêneros (GLBT). Em seguida veio Gays, Lésbicas, Bissexuais, Transexuais e Transgêneros (GLBTT). Também teve Gays, Lésbicas, Bissexuais, Travestis, Transexuais, Transgêneros e Simpatizantes (GLBTS). Finalmente, na Primeira Conferência Nacional de Gays, Lésbicas, Bissexuais, Travestis e Transexuais, realizada em Brasília em junho de 2008, cujo tema era Direitos humanos e políticas públicas: o caminho para garantir a cidadania de Gays, Lésbicas, Bissexuais, Travestis e Transexuais, foi aprovada a sigla atual LGBT. Segundo Simões e Facchini (2009) essa conferência, inédita, foi realizada como um reconhecimento do Governo da demanda do segmento. Ainda de acordo com esses autores, na abertura da referida conferência houve discursos do, então,

Presidente da República Luiz Inácio Lula da Silva, Ministros e representantes do movimento LGBT, o que impactou favoravelmente tanto à mídia quanto as lideranças do movimento.

Na época, a própria comunidade homossexual ficou dividida quanto ao uso da letra "L", em referência às lésbicas, no início da sigla, cuja justificativa seria a de tentar dar maior visibilidade às reivindicações das mulheres, historicamente discriminadas. Outros, entretanto, consideraram desnecessária a mudança na sequência das letras da sigla e até alegaram atender mais a interesses feministas do que das próprias lésbicas. Conforme Filgueiras, (2008, p. 1), presente à referida Conferência "A gente luta não por igualdade, a gente luta por uma coisa chamada equidade, uma coisa muito mais abrangente."

É certo que há controvérsias quanto ao uso das siglas que designam o segmento e que possam atender a todos, entretanto, atualmente as mais utilizadas são: LGBT e GLS, além do termo *gay friendly*⁴. A primeira, para identificar todas as orientações sexuais (Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis, Transexuais e Transgêneros) e manifestações de gênero em um contexto mais político, de luta pela igualdade de direitos, de cidadania e de gênero. A segunda (Gays, Lésbicas e Simpatizantes) para identificar o público que frequenta estabelecimentos como bares, restaurantes, boates, festas, destinados ao entretenimento não heterossexual, mas que recebe todo tipo de público. Já a terceira, é utilizada pelas empresas e por simpatizantes "amigos dos gays", "amigos da diversidade", e identifica ambientes comerciais e pessoas que respeitam e/ou aceitam a diversidade de gênero e a orientação sexual de seus consumidores, cujas posturas não excluem os homossexuais. Como afirma Seffener:

Embora exista uma multiplicidade de produção de posições de sujeito no terreno do gênero e da sexualidade, no âmbito da luta política e do movimento social, as identidades fortes são apenas quatro: gay, lésbica, travesti e transexual. Grande parte das instituições da sociedade civil, em sua luta pela obtenção de direitos e pela conquista do reconhecimento e do respeito à diversidade, articula suas demandas em torno das quatro identidades. (SEFFENER, 2011, p. 43).

⁴ Termo em inglês, cuja tradução literal é "amigável aos homossexuais". Lugares que recebem bem homossexuais

Por essa razão, a sigla mais representativa dessa comunidade é a LGBT ou LGBTs quando usada no plural, não obstante, no Brasil, no início dos anos 1990, GLS tenha sido a primeira sigla a dar nome ao, na época, recém-inaugurado segmento de mercado:

André Fischer, diretor-executivo do Grupo Mix Brasil e criador da sigla, conta que ela foi lançada em 1994, na primeira edição do Festival Mix Brasil de Cinema da Diversidade Sexual. “Observamos que o público não era formado apenas por gays e lésbicas, mas também por pessoas interessadas em cultura. Resolvemos chamar esse grupo de simpatizantes.” (FISCHER, 2009, apud PÉRET, 2011, p. 84).

Até hoje é grande a confusão feita entre as siglas LGBT e GLS, as quais, apesar de serem parecidas, possuem diferenças fundamentais, conforme já apresentado. Na maioria das vezes todas as mídias e a literatura utilizam apenas a GLS tanto no sentido de identificação das várias orientações sexuais como para designar o público heterossexual que frequenta locais de entretenimento voltados para homossexuais. A maioria prefere a sigla GLS pelo seu imediato reconhecimento e identificação com o público homossexual.

Quanto à bissexualidade (a letra “B” constante da sigla LGBT), aparece como uma das identidades bastante relevantes do Brasil. É grande o número de brasileiros que se declaram como bissexuais, no entanto, eles não contam com a mesma visibilidade e não possuem entidades de luta como os gays, lésbicas, travestis e transexuais. Para Reinaudo e Bacellar:

Muito mais gente do que imaginamos é bissexual, ou seja, tem a capacidade e o desejo de se envolver amorosamente tanto com homens quanto com mulheres. O que acontece é que, por conta de nossa sociedade tão repressora e homofóbica (palavra politicamente correta que indica horror a tudo o que é “homo”), os bissexuais costumam expressar apenas seu lado hétero, reprimindo os impulsos dirigidos às pessoas do mesmo sexo. E os bissexuais que pendem muito para o lado homo do espectro, ou seja, que sentem com maior frequência atração por pessoas do mesmo sexo, incorporam-se à cultura gay e passam por homossexuais.(REINAUDO; BACELLAR, 2008, p. 20).

A partir da definição desses autores podemos entender melhor os motivos que levam os bissexuais a não terem a mesma visibilidade que os demais, pois, de certa forma, eles são contemplados pelo segmento de lésbicas e gays, e não sentem necessidade de se manifestar abertamente pela causa. Outro fator para a

causa dessa invisibilidade dentro do movimento é ser a bissexualidade uma das expressões sexuais que gera muitas dúvidas e levanta polêmica, tanto entre os homossexuais quanto nos heterossexuais, que julgam, pejorativamente, esses indivíduos como “indefinidos”. Isso se deve ao fato de os bissexuais não demonstrarem desejo afetivo-sexual voltado exclusivamente para o gênero masculino ou feminino. Navarro (2014) considera preconceituoso esse julgamento de indefinição sexual e sustenta sua tese a partir de pesquisas científicas que evidenciam que pessoas com identidade bissexuais demonstram excitação sexual tanto por homens como por mulheres. E a autora instiga mais o debate ao trazer à tona uma questão que permeia os relacionamentos atuais ao indagar se, futuramente, o amor pelos dois sexos não será cada vez mais comum “a ponto de predominar”. A partir dessa indagação, e considerando as recentes configurações amorosas existentes, podemos inferir que as possibilidades de surgir novas formas de relacionamentos afetivo-sexuais são inúmeras, o que torna cada vez mais distante a hegemonia heterossexual.

Para compor a lista de siglas que caracterizam novas formas de vivenciar a sexualidade, existe a HSH (homens que fazem sexo com homens), termo utilizado pelo Ministério da Saúde, em 2001, a partir de ações preventivas da AIDS⁵. O HSH define os homens que mantem relações sexuais com homens, mas que não se consideram homossexuais. Nesse contexto, estaria inserida a maioria dos garotos de programas. Com relação ao uso dessa expressão, além das outras aqui já explicitadas, Doneda, na apresentação do Guia de Prevenção das DST/Aids e Cidadania para Homossexuais, elaborado pelo Ministério da Saúde, na prevenção das DST/AIDS, argumenta que:

[...] não podemos deixar de referendar o amplo uso – por parte de organizações governamentais e não governamentais – do termo Homens que fazem Sexo com Homens (HSH). Dentre outros fatores, sua importância está no fato de que para a vigilância epidemiológica e para as ações de prevenção das DST/HIV/aids este termo permite abranger os homossexuais e bissexuais, sem explicitar nesse conjunto os homens que não se reconhecem ou se assumem como pertencentes a essas categorias. (DONEDA, 2002, p. 9).

⁵ Sigla comumente utilizada no Brasil, originada do inglês, *acquired immunodeficiency syndrome*, que significa Síndromes da Imunodeficiência Adquirida. Em alguns países de língua latina utiliza-se mais a sigla SIDA, com o mesmo significado.

Por meio dessa nova categoria sexual, utilizada basicamente por essas entidades em campanhas de prevenção e combate das DST/AIDS, tanto o Ministério da Saúde quanto as Organizações Não Governamentais (ONGs) buscam atingir o maior número de pessoas em suas multiplicidades afetivo-sexuais, sobretudo aquelas que não se reconhecem como homossexuais, mas que se encontram efetivamente em um grupo de vulnerabilidade. Entretanto a Expressão HSH foi bastante criticada por Mott o qual considera o uso de tal termo “equivocado enquanto estratégia epidemiológica e postura política.” Ele segue argumentando que:

Já que existe o conceito científico “homossexual”, universalmente consagrado e que descreve a contento a relação HSH, e como tal conceito tem um significado político importante para milhões de brasileiros, inclusive para muitas ONGs, que se automeiam “grupo homossexual”, evita-lo equivale a “racismo sexual”, cientificamente chamado de “homofobia”. HSH é homofóbico pois descarta nossa identidade política homossexual. (MOTT, 2001, p.1).

Controvérsias a parte, a literatura traz à tona a expressão HSH como mais uma forma de descrição dos novos comportamentos afetivo-sexuais que está surgindo, cujos adeptos não se sentem enquadrados dentro do comportamento homossexual. Nessa perspectiva, devemos destacar o mais recente termo GØY, grafado com um zero no lugar da letra “a” da palavra gay, que é utilizado por um grupo masculino, o qual não se identifica com a comunidade homossexual e se define como homens que não praticam sexo que envolva a penetração com outros homens, cuja interação é mais leve ou mais forte “desde que nesses contatos HxH – que podem ser múltiplos, não ocorra o ato homossexual e que o sexo (ou seja a penetração) seja exclusiva com mulheres.” (HETERO, 2014, p. 2). Para esses indivíduos, GØY é um homem heterossexual (não existe mulher gØy), cujo comportamento é mais liberal. No Brasil, essa novidade, aparentemente, não alcançou muita relevância e a literatura acerca desse assunto é praticamente inexistente. Para o ativista, antropólogo e fundador do Grupo Gay da Bahia (GGB), Luiz Mott, se trata apenas de mais um modismo e ele afirma que:

A homossexualidade não é sinônimo de cópula anal. Alternativas como sexo oral ou masturbação recíproca fazem parte da prática homoerótica desde a Grécia Antiga. [...] É um modismo, como as lesbian chics ou os HSH (homens que dizem fazer sexo com outros homens sem se identificar como homossexuais), sendo que essas

microidentidades têm um componente homofóbico, pois preconceituosamente identificam o gay como um estereótipo. (MOTT, 2014, *apud* COHEN, 2014).

Certamente, não dispomos de meios científicos suficientes que possam mensurar se essas recentes manifestações afetivo-sexuais são apenas momentâneas ou não. Essas várias manifestações de desejos sexuais, homoeróticos, estariam dentro do que Foucault (2009, p. 4) destacou como uma “polisssexualidade onde não há mais diferença entre uns e outros.” Outras tantas nomenclaturas começam a despontar para designar a multifacetada sexualidade humana, que não cabe aqui abordar.

1.4 Turismo LGBT

A partir de pesquisas encomendadas por associações LGBT, Amorim e Vasconcelos (2012), em reportagem, afirmam que o consumidor homossexual apresenta maior disposição em gastar em média até 30% a mais que os heterossexuais com entretenimento, cultura, turismo e diversos bens de consumo. Possui um aguçado senso para o conforto e suas escolhas recaem, na maioria das vezes, por ambientes e lugares bem cuidados, confortáveis e que possuam um conceito interessante, aliados a um atendimento impecável. Ainda de acordo com a pesquisa acima referenciada, esse público geralmente não possui filhos e a renda de um casal homoafetivo é dobrada, considerando que não têm gastos idênticos ao de uma família tradicional. Viajam a lazer em média três vezes por ano, em qualquer período, para dentro e fora do país. Segundo afirma Trigo:

Viajar é um dos prazeres mais intensos do ser humano. O outro é o sexo. [...] Estar com a pessoa desejada em um lugar idealizado desfrutando das amplas possibilidades sensoriais de tempo, espaço e estilo é o que origina esses raros momentos de perfeição existencial que ficam na memória até a eternidade. (TRIGO, 2009, p. 141).

Nesse contexto, percebe-se que o segmento homossexual, abonado, é um dos que mais usufrui dessa prerrogativa, viajar utilizando-se de roteiros turísticos que atendam sua demanda, com destinos onde possa ser bem acolhido, inserido na sociedade local, sem formar guetos. Ainda conforme Trigo (2009, p. 149) “A conquista dos espaços gays na sociedade passou pelo mercado, sendo o setor de

viagens e turismo para o público gay precedido pela expansão do entretenimento segmentado.”

Na capital do Brasil, alvo desta pesquisa, o universo LGBT, segundo informações divulgadas pelos jornalistas Vasconcelos e Amorim (2012), é majoritariamente formado por pessoas de poder aquisitivo e escolaridade superior a média dos demais habitantes, demonstra maior desejo por turismo, cultura e bens de consumo em geral. São informadas, vivem conectadas às redes sociais, são interessadas nos avanços políticos do segmento, nas questões culturais, sociais e ambientais. E, ainda conforme esses jornalistas, cerca de 70% da população gay do Distrito Federal pertence às classes A e B:

Segundo a Pesquisa Mosaico Brasil, realizada pela Universidade de São Paulo (USP), 10,8% dos homens e 5,1% das mulheres acima dos 17 anos declararam-se homossexuais no Distrito Federal. Mas os percentuais certamente são ainda maiores, pois o levantamento – o mais atualizado sobre o tema – foi realizado em 2008. (VASCONCELOS; AMORIM, 2012, p. 29).

Em Brasília, conforme informações de Bonfanti (2011), parece haver uma tendência dos empresários brasilienses em investir no segmento de mercado para atender os homossexuais, na perspectiva da existência de uma demanda com poder de compra muito grande. Começaram a visualizar oportunidades de negócios nesse nicho de forma a atrair o que ficou conhecido como o “pink money”⁶. No entendimento de Bonfanti (2011) investidores ficaram atentos ao poder de consumo dessas pessoas não só para a diversão, o entretenimento, moda e beleza mas, também, perceberam espaços poucos explorados para conquistar o segmento, como a dos setores da construção civil, decoração e turismo. Para cativar esse público, verificaram a necessidade de oferecer um atendimento com qualidade a um preço justo. Nesse sentido, até bancos e administradoras de cartões de crédito demonstram interesse nesse segmento e de acordo com Bonfanti:

O mercado financeiro ainda não explorou todo o potencial dos clientes gays. Mas já começou a criar produtos que se encaixam no perfil dos casais homossexuais. Banco do Brasil, Caixa Econômica Federal, HSBC, Itaú Unibanco e Santander, por exemplo, oferecem a opção de composição de renda para casais do mesmo sexo para financiamento imobiliário. As instituições prometem novidades para breve. (BONFANTI, 2011, p. 19).

⁶ Termo inglês que significa “dinheiro cor de rosa”, dinheiro dos gays.

O Grupo LGBT de Brasília juntamente com a Secretaria de Cultura traçou um perfil do segmento a partir da amostragem de 600 pessoas entrevistadas. Conforme Lacerda e Bernardes (2013, p. 23), a comunidade LGBT do Distrito Federal é integrada por 59,7% de gays, 29,2% de lésbicas, 5,5% de bissexuais femininas, 5,5% de bissexuais masculinos, 0,8% de travestis, 0,5% de transgêneros e 0,2% de transexuais. Na mesma pesquisa constataram que 37,8% tinham 18 a 23 anos, 32,3% 24 a 29 anos, 14,5% 30 a 35 anos, 5,8% 36 a 41 anos, 5% menos de 18 anos e 4,5% acima de 41 anos. Quanto à classe econômica desse grupo 57% pertencia a classe “B”, 26% a classe “C”, 14,7% a classe “A”, 2,2% a classe “D” e 0,2% a classe “E”. No quesito escolaridade 27,7% tinham ensino médio completo, 21,8% ensino superior incompleto, 19% ensino superior completo, 13,5% pós-graduação, 9% ensino médio incompleto, 7,2% ensino fundamental completo e 1,8% ensino fundamental incompleto.

Por meio de reportagem, Lacerda e Bernardes (2013) informaram que, a partir de pesquisa realizada em 2012 pelo grupo LGBT de Brasília e pela Secretaria de Cultura do DF com homossexuais da cidade, acerca da oferta do mercado local para atender o segmento, a maioria dos entrevistados se mostrou satisfeita com os estabelecimentos voltados para eles, embora, segundo esses autores, as alternativas atualmente existentes para esse público, em especial no setor de viagens e turismo, ainda, perdem para as cidades das regiões Sudeste (Rio de Janeiro, São Paulo), Sul (Florianópolis, Porto Alegre) e Nordeste (Salvador, Recife), de acordo com levantamento realizado pelo sociólogo Fabio Mariano, da consultoria *InSearch* Tendências e Estudos de Mercado (LACERDA; BERNARDES, 2013). Entretanto, devemos considerar que Brasília é uma cidade com apenas 54 anos de idade, bem mais jovem se comparada às urbes quatrocentonas como das outras regiões citadas, mas cujo comércio voltado para esse segmento ou considerado *gay friendly*, aparentemente, vem aumentando. Além de ser considerada a cidade mais tolerante da região Centro-Oeste. “O Brasil Central conserva características de um país colonial, com valores muito tradicionais. Brasília rompe discretamente com o pensamento arcaico” (MARIANO, *apud* LACERDA; BERNARDES, 2013, p. 24).

Nessa perspectiva, Brasília é uma cidade que tende a ser considerada receptiva para homossexuais e nos últimos anos tem se mostrado atenta para a capacidade de consumo dessa clientela que é, reconhecidamente, exigente:

Nada anormal para uma capital que se mostra cada vez mais tolerante com a pluralidade da população. O Censo de 2010 não deixa dúvidas. O DF foi a segunda unidade da Federação com mais casais que se declaram homoafetivos. São 1.230 pessoas, representando 0,048% da população local, atrás somente do Rio de Janeiro. (RIOS, 2012, p. 29).

Com uma maior exposição das mídias relativa às conquistas e potencial de consumo dos homossexuais e da possibilidade de obtenção de lucros com esse público, tanto empresários quanto o Governo local “se mostram dispostos a investir em treinamento especializado para esse público.” (AMORIM; VASCONCELOS, 2012, p. 18). A visibilidade do movimento LGBT em Brasília poderá desencadear investimentos no setor de consumo de bens, viagens, lazer, serviços, turismo entre outros, visando satisfazer e atrair a clientela do segmento local e externo. Conforme apontam esses autores:

Projetos em elaboração, com foco sobretudo no atendimento ao cliente, buscam evitar que a comunidade de gays e lésbicas enfrente casos de preconceitos em lojas, bares, restaurantes e eventos na capital do país. (AMORIM; VASCONCELOS, 2012, p. 18).

Encontra-se em regulamentação, no Distrito Federal, uma lei que determina até o fechamento de um local que discrimine por orientação sexual (Projeto de Lei Distrital nº 2.615, de 26 de outubro de 2000). Brasília, capital que em 1987 conquistou o título de Patrimônio Cultural da Humanidade concedido pela Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO), é uma cidade de grande importância. Com sua inigualável arquitetura de estilo moderno possui condições receptivas para atrair o segmento LGBT e cujos atrativos e serviços são capazes de satisfazer esses consumidores.

Segundo informação pessoal de servidores do Ministério de Turismo e de representante desse Ministério durante o “Simpósio Turismo Responsável nos Destinos - Brasil 2014” realizado no Centro de Excelência em Turismo da Universidade de Brasília, o Ministério do Turismo está desenvolvendo uma cartilha de construção da cidadania, no sentido de promover o turismo como um fator de inclusão social, contemplando o segmento LGBT no que diz respeito a ações como apoio à comercialização e estruturação de produtos além de treinamento e qualificação das pessoas que atendem diretamente esse público.

O mercado de eventos para homossexuais em Brasília possui maior concentração de equipamentos de lazer e socialização nas áreas do Plano Piloto, onde a renda *per capita*⁷ costuma ser superior ao das cidades satélites⁸, além de possuir uma sociedade considerada mais tolerante, talvez em decorrência da pluralidade da população. Segundo Rios (2012, p. 29) a diversão desse grupo começa na quarta à noite – quando a oferta é maior -, pelos bares, festas e boates, atinge seu auge na sexta-feira à noite e se estende até o sábado.

A comunidade LGBT, ao contrário do imaginário de grande parte da população, não gasta só com entretenimentos da cena noturna (principalmente baladas). É uma ávida consumidora de atrativos culturais, turismo, decoração, moda e beleza (VASCONCELOS; AMORIM, 2012). Não costuma frequentar somente os locais específicos para seus pares, aqueles onde podem expressar livremente sua orientação sexual, os denominados “guetos gays”.⁹ Prefere lugares onde predomina o respeito à diversidade, espaços mais democráticos. Nesse sentido, Castells afirma que:

Quando se conscientizaram e sentiram-se suficientemente fortes para “assumirem” coletivamente, passaram a escolher lugares onde se sentiam seguros e podiam inventar novas vidas para si próprios. Os limites territoriais dos lugares escolhidos tornaram-se as bases para o estabelecimento de instituições autônomas e a criação de uma autonomia cultural. [...] e existe realmente uma grande diferença entre guetos e áreas gays, já que essas últimas são construídas deliberadamente pelos gays para criar sua própria cidade dentro da estrutura da sociedade urbana em geral. (CASTELLS, 2002, p. 249).

De fato, temos conhecimento de que, desde muito tempo, as minorias sexuais, étnicas e religiosas procuram se agrupar em espaços exclusivos, onde possam se expressar livremente, partilhar afetos sem sofrer qualquer tipo de preconceito. Nesse sentido, Maffesoli (2014), afirma que comunidades historicamente ameaçadas, nunca deixaram de constituir refúgios onde pudessem reafirmar suas convicções entre seus iguais, e que formam *ghetto* (gueto), para se sentir em segurança. No entendimento do autor:

⁷ Expressão do latim que significa “por cabeça”, ou seja, renda por pessoa.

⁸ Cidades formadas em torno de Brasília, mas que pertencem ao Distrito Federal. Atualmente denominadas Regiões Administrativas.

⁹ Local restrito a um grupo específico, onde ocorre o isolamento de pessoas estigmatizadas.

O *ghetto* se insere no grande conjunto da cidade, e ele mesmo serve de englobante para uma multiplicidade de subgrupos que se reúnem em função de seus lugares de origem, de suas preferências doutrinárias e culturais, como tantas tribos que partilham território comum. [...] o *ghetto* permite esclarecer numerosos reagrupamentos contemporâneos que, ao mesmo tempo, se definem a partir de um território e de uma partilha afetual. Qualquer que seja, no caso, o território em questão ou o conteúdo da afeição: interesses culturais, gostos sexuais, cuidados vestimentares, representações religiosas, motivações intelectuais, engajamentos políticos. (MAFFESOLI, 2014, p. 243-244).

Entretanto, o movimento LGBT luta para alcançar sua aceitação em todos os espaços para que não fique restrito aos seus guetos sociais e tenta subverter a heteronormatividade vigente. A existência de guetos homossexuais, como um local onde essas pessoas possam vivenciar mais livremente sua orientação sexual, é uma questão que suscita controvérsia entre autores que tratam do assunto e lideranças do movimento. MacRae se posiciona favorável à formação de guetos, por considerar que:

[...] é lá que normalmente as pressões sofridas no cotidiano são afastadas, novos valores são desenvolvidos e o homossexual tem mais condições de “se assumir” e testar uma nova identidade social. Uma vez construída a nova identidade, ele adquire coragem para assumi-la em âmbitos menos restritos e, em muitos casos, pode vir a ser conhecido como homossexual em todos os meios que frequenta. Por isso, é da maior importância a existência do gueto, que mais cedo ou mais tarde também acaba afetando outras áreas da sociedade, criando novos espaços de democracia social. (MACRAE, 1990, p. 51).

Para esse autor, o gueto proporciona uma aproximação entre os iguais e atenua o sentimento de culpa “em relação à sua conduta sexual.” No entendimento de Eribon (2008) aqueles que, por meio de injúrias, denunciam a formação desses guetos, que ele considera como uma reação fóbica para com a visibilidade homossexual, ele argumenta que:

[...] esse “gueto” visível é [...] uma maneira de escapar do “gueto” invisível, ao “gueto” mental, isto é, a colocação em segredo de uma boa parte da existência e da personalidade à qual são forçados numerosos indivíduos que não podem ou não ousam viver sua homossexualidade a não ser por trás da tela da dissimulação e do segredo. (ERIBON, 2008, p. 126).

Em Brasília existem estabelecimentos onde, apesar de não ser exclusivos para gays (mormente denominados de guetos), tanto os proprietários quanto os

frequentadores aceitam a convivência pacificamente. Locais esses, conhecidos como sendo ambientes “gay friendly”. Isso só é possível graças às conquistas do segmento e a dimensão cultural e social da cidade. Essa coexistência harmoniosa se deve, presumivelmente, ao entendimento da existência das diferenças e sua ocupação dos espaços na cidade. Nessa perspectiva, segundo Bauman (2009, p. 136) “a arte de viver em paz e feliz com a diferença, assim como de se beneficiar, serenamente, da variedade de estímulos e oportunidades, adquire enorme importância entre as habilidades que o morador da cidade deve adquirir e utilizar.” No entendimento de Maffesoli:

Desse ponto de vista, a cidade pode nos levar à colocação de uma nova *lógica* social que pode desordenar inúmeras de nossas tranquilizadoras análises sociológicas. Dessa maneira, o que parecia “marginal” há pouco tempo não pode mais ser qualificado assim. (MAFFESOLI, 2014, p. 260).

As conquistas desses espaços foram de grande valia para o movimento LGBT, que não necessita mais de tergiversação para ocultar sua orientação sexual, possibilitou maior visibilidade e com isso prenuncia obter um lugar na economia, movimentando, assim, o consumo local. Alves (2013) informa que, segundo estatísticas, esse público movimenta, no Brasil, aproximadamente R\$ 150 bilhões por ano entre consumo, divertimento e turismo, denominado como “o poder do pink money” e, segundo a autora, o setor do turismo começa a se favorecer por esse aquecimento do “dinheiro rosa”, cuja aceitação tende a refletir favoravelmente no direcionamento de produtos e serviços, com vista a alavancar os negócios para acolher esse público. O segmento tem sido visto como uma promissora fonte de investimentos em franca expansão. “Gostam de viajar, adoram uma festa, não abrem mão de comer bem e de se vestir melhor ainda, e têm dinheiro para isso. Pesquisas apontam que o público homossexual gasta 30% a mais do que os heterossexuais.” (ALVES, 2013, p. 1).

1.5 Turismo e hospitalidade: tolerância e exclusão do segmento LGBT

Sou hóspede do tempo/da minha casa/das minhas palavras/das coisas que declaro minhas/Inquilina da vida que me foi dada/Portanto, nada ficou na minha bagagem.¹⁰

¹⁰ Letra da música “Hóspede do tempo”, Zélia Duncan e Fred Martins, 2000.

Ao longo do tempo, a hospitalidade tem sido objeto de estudo de vários autores e gerado inúmeros conceitos. Cada estudioso do assunto apresenta uma ou várias definições para a hospitalidade, dependendo do âmbito em que sejam analisadas suas atividades: social, privado ou comercial. Para Lashley (2004), cada um desses aspectos, ou domínios, conforme os designou, evidencia um enfoque da oferta de hospitalidade, que pode ser independente ou sobreposto. No entendimento desse autor:

O *domínio social* da hospitalidade considera os cenários sociais em que a hospitalidade e os atos ligados à condição de hospitalidade ocorrem junto com os impactos de forças sociais sobre a produção e o consumo de alimentos, bebidas e acomodação. O *domínio privado* considera o âmbito das questões associadas à oferta da “trindade” no lar, assim como leva em consideração o impacto do relacionamento entre anfitrião e hóspede. O *domínio comercial* diz respeito à oferta da hospitalidade enquanto atividade econômica e inclui as atividades dos setores tanto privado quanto público. (LASHLEY; MORRISON, 2004, p. 6-7).

Nesse sentido, a concepção de hospitalidade torna-se plural e ampla, o que pode representar conflito, confusão e falta de clareza (BROTHERTON; WOOD, 2004). E são muitas as interpretações acerca da hospitalidade nos meios filosóficos, acadêmicos, sociais, políticos, entre outros, para os quais, ela terá uma gama de significação que abrangerá um momento histórico, época ou especificidade, que não cabe aqui pormenorizar. A própria experiência do mundo ocorre por meio da hospitalidade.

Hospitalidade: numa única palavra muitas e intrincadas relações. Palavra em cujo íntimo espreita seu próprio oposto: hostilidade. Amigo que aloja o inimigo, outro que não é mais que o si mesmo nos laços de amizade. (SENAC, 2011, p.11)

A hospitalidade remonta aos tempos passados, no início da civilização e esteve sempre associada ao ato de acolher, nem sempre envolvendo uma forma de compensação monetária. Ela está além do espaço físico e pode ser pensada como um gesto. No entendimento de Mauss (2001), a hospitalidade, nas sociedades primitivas, era primordialmente composta do dar, receber e retribuir, gestos que ele considerou como fundamentos da dádiva. “A dádiva não retribuída torna mais inferior aquele que a aceitou, sobretudo quando é recebida sem espírito de retorno.”(MAUSS, 2001, p. 175). Sua origem vem do latim *hospitalitas-atis* que diz

respeito ao ato de hospedar alguém, ser hospitaleiro, que no entendimento de Célia Dias é:

[...] ato de acolher, hospedar; a qualidade do hospitaleiro; boa acolhida; recepção; tratamento afável, cortês, amabilidade; gentileza. Já a palavra *hospes-itus* se traduz por hóspede, forasteiro, estrangeiro, aquele que recebe ou o que é acolhido com hospitalidade; o indivíduo que se acomoda ou se acolhe provisoriamente em casa alheia, hotel ou outro meio de hospedagem; estranho. (DIAS, C. 2002, p. 98-99).

No turismo a questão da hospitalidade está intrinsicamente ligada ao fator de receber bem os turistas e em geral é confundida exclusivamente com hotelaria. A cidade que recebe o estrangeiro/estranho pode demonstrar acolhimento, hospitalidade por meio de ações que não aquelas ligadas diretamente e fisicamente a um hotel, hospedaria, casa, entre outros.

Montandon (2011) considera a hospitalidade como sinal de civilização e de humanidade, demonstrada desde os tempos de Ulisses na Odisseia. No entendimento desse autor “A hospitalidade é uma maneira de viver em conjunto, regida por regras, ritos e leis.” (MONTANDON, 2011 p. 31). De acordo com Camargo (2003, p.19) a “hospitalidade [...] pode ser definida como o ato humano exercido em contexto doméstico, público ou profissional, de recepcionar, hospedar, alimentar e entreter pessoas temporariamente deslocadas de seu hábitat.” Para Selwyn (2004, p. 26) “A função básica da hospitalidade é estabelecer um relacionamento ou promover um relacionamento já estabelecido.” A hospitalidade, ainda segundo esse autor, pode “transformar estranhos em conhecidos, inimigos em amigos, amigos em melhores amigos, forasteiros em pessoas íntimas [...]” (SELWYN, 2004, p. 26-27). Cada autor terá uma percepção diferente do significado e da extensão da hospitalidade, mas todos concordam que ela tem como principal característica o acolhimento das pessoas, seja em uma hospedagem física (hotel, casa), de uma cidade, país, aldeia e até virtualmente.

Esse acolhimento, que já foi um dever sagrado, moral e social, sempre teve aspectos diversos. Por isso, pode-se falar em hospitalidade com virtude burguesa associada à idéia de bem-receber – uma iniciativa individual próxima da amizade -, ou pode ter uma dimensão coletiva e um caráter de obrigação e, nesse caso, estaria associada à idéia de caridade, que hoje seria de domínio do serviço público e da proteção. (BUENO. 2003, p.1).

De fato, diferentes autores ao abordar esse tema, expressarão opiniões distintas acerca do significado e da extensão da hospitalidade, mas todos concordam que ela tem como principal característica o acolhimento das pessoas, seja em uma hospedagem física (hotel, casa), de uma cidade, país, aldeia e, com as facilidades e inovações tecnológicas da contemporaneidade, até virtualmente.

Derrida (2003), ao fazer uma reflexão acerca da hospitalidade no âmbito da era da informatização, “novos espaços da hospitalidade”, da possibilidade de uma delimitação rigorosa das soleiras ou fronteiras, entre o privado e o público, argumenta que a internet e demais possibilidades tecnocientíficas de comunicação *on line*¹¹, podem, a partir do momento em que são violadas, captadas por escutas telefônicas entre outras, feitas seja pelo Estado (para intervir, vigiar e proibir comunicações privadas, sob alegações infundadas, de censura) ou por particulares (autorizadas ou não), ameaçando (*hostis*) “a interioridade do em-casa”, avançando a fronteira do público e do privado, nesse sentido, ele indica que quando isso ocorre “todo o elemento da hospitalidade se encontra perturbado. [...] a intervenção do Estado torna-se uma violação inviolável, ali onde a inviolabilidade continua uma condição da hospitalidade. “Para ele essa intervenção constitui em uma ameaça “as condições tradicionais de hospitalidade” e, portanto, passa a “considerar estrangeiro indesejável, e virtualmente como inimigo, quem que pisoteie meu *chez-moi*¹², minha ipesidade, minha soberania de hospedeiro. O hóspede torna-se um sujeito hostil de quem me arrisco a ser refém”. (DERRIDA, 2003, p. 45-49).

Quando se fala ou se pensa em hospitalidade, seja ela turística ou não, a primeira coisa que nos ocorre é ser bem recebido/acolhido por alguém, por um lugar. Ao atravessar a fronteira ou transpor a soleira espera-se por um lado ter um anfitrião (aquele que recebe) e pelo outro um hóspede (aquele que é recebido), numa relação intrínseca de afeto, carinho e, principalmente, de respeito. Para Grassi (2011, p. 45) “A hospitalidade é gesto de compensação, de igualização, de proteção, num mundo em que o estrangeiro originalmente não tem lugar.” Nessa perspectiva, aqueles que forem considerados incluídos, os iguais, terão a nítida noção de pertencimento e de acolhimento, enquanto para outros, os renegados, marginalizados, excluídos ou

¹¹ Expressão do inglês que significa conectado, presente no exato momento em que ocorre a comunicação.

¹² Do francês, minha casa.

diferentes, terão a pecha de estranhos. “A primeira lei da natureza é a tolerância, já que temos todos uma porção de erros e fraquezas” (VOLTAIRE apud WIKIQUOTE, 2014, p. 1). Para esses restará o exterior, o lado de fora da soleira.

Esse estranhamento na hospitalidade está relacionado à intolerância do “anfitrião” por uma pessoa ou grupo em virtude de religião, raça, cor, renda ou orientação sexual. “A tolerância é um termo que vem do latim *tolerare* e significa suportar, aceitar. É o ato de indulgência perante algo que não se quer ou que não se pode impedir” (SIGNIFICADO, 2014, p. 1). A forma como cada cidadão e a própria cidade irá receber o turista, o viajante, o estrangeiro ou grupo de pessoas será determinante para aqueles que são recebidos se sentirem acolhidos, tolerados. Para Camargo (2011):

O igual é hóspede, o desconhecido é *hostis*, o inimigo. Mas mesmo os iguais não são inteiramente iguais. [...] mesmo aquele que é aceito como hóspede em alguma medida é um estranho, e, inversamente, aquele que nos recebe é, também em certa medida, um estranho; esse encontro pode dar origem a um ritual donde deriva a amizade, o vínculo humano, ou a agressão, a hostilidade. (CAMARGO, 2011, p. 15).

Partindo dessa premissa, a hospitalidade e a hostilidade, *hostis*, estão muito próximas e o fio que as separa é muito tênue. À medida que aquele que recebe (hospedeiro) se sentir de alguma forma ameaçado pelo hóspede cessará a condição do acolhimento e surgirá à agressão, a hostilidade. Nesse contexto, Grassi (2011) ao discorrer acerca da questão daquele que, em busca de acolhimento, ultrapassar os espaços do exterior para o interior, enfatiza que “Os indesejáveis são repelidos para as fronteiras, só se convidam os amigos, semelhantes.” (GRASSI, 2011, p. 53). Para esse autor, a hospitalidade é um fato social, que é produzido por uma sociedade, como resposta a uma determinada situação. Logo, as ações advindas de um ou mais forasteiros levará a sociedade a aceitá-los ou renegá-los de acordo com o grau de tolerância imposto por ela.

Os temas de inclusão (exclusão), preconceito social e tolerância sempre foram considerados relevantes nas sociedades democráticas e despertaram calorosas discussões. Ainda despertam. O poeta, historiador e filósofo iluminista Voltaire lutou contra a intolerância e, em 1763, dedicou uma obra inteira a essa temática, cujo discurso aguçado é atual:

O direito da intolerância é, portanto, absurdo e bárbaro; é o direito dos tigres, sendo bem mais horrível também, por que os tigres dilaceram suas presas para comer, enquanto nós nos exterminamos por causa de alguns parágrafos. (VOLTAIRE, 2011, p. 39).

O assunto discorrido por Voltaire é pertinente e pode ser associado às questões da homossexualidade na contemporaneidade, principalmente no tocante à luta pela igualdade, pelos direitos plenos à cidadania. A intolerância para com as pessoas lésbicas, gays, bissexuais, travestis e transexuais (LGBT) é recorrente em nossa época e, na maioria das vezes, está relacionada à exclusão e à hostilidade.

A exclusão e a intolerância são fatores determinantes para o distanciamento da aceitação do segmento homossexual na sociedade e nos empreendimentos turísticos. Nessa perspectiva, a acolhida e a hospitalidade para essa minoria necessitam de ações afirmativas e inclusivas, a fim de reduzir ou cessar as injustiças cometidas por ações ou omissões sociais históricas.

A intolerância e a exclusão estão ligadas: Onde estiver uma, certamente a outra aparecerá. Tanto é que as definições de exclusão são análogas as da intolerância. Bessone (2011, p. 1089) esclarece que esse termo vem do latim “*excludere* – *ex* (ideia de exclusão), *cludere* (fechar). “Não deixar entrar” e “afastar”. Para o dicionário da língua francesa *Le petit Robert* (*apud* BESSONE, 2011, p.1089) a exclusão é “a ação de expulsar alguém do lugar onde anteriormente ele ocupava um espaço, ou de privá-lo de alguns direitos, mas também é o fato de manter alguém afastado, impedir-lhe o acesso.” A aceitação do outro (aquele que é o estranho, o diferente) perpassa tanto a tolerância quanto a inclusão. Essas duas questões são exaustivamente debatidas na atualidade principalmente no que diz respeito à diversidade sexual.

Destarte, o entendimento de que todos merecem ser respeitados e ter direitos iguais instiga vários indivíduos que, por meio de movimentos sociais, se organizam para alcançar mudanças e lutar contra todas as formas de discriminação, preconceito, exclusão, injustiças, intolerância entre outras, na busca incansável de uma sociedade melhor, mais plural. Existe o movimento LGBT que se empenha arduamente para alcançar o direito pleno à cidadania dentro de uma sociedade onde

a heterossexualidade é compulsória e a heteronormatividade¹³ prevalece. Segundo Prado e Machado (2008):

Em nossa sociedade, a não-heterossexualidade foi gravemente condenada pelo discurso hegemônico, que, influenciado pelo discurso religioso e médico-científico, legitimou instituições e práticas sociais baseadas em um conjunto de valores heteronormativos, os quais levaram à discriminação negativa e à punição de diversos comportamentos sexuais, sob a acusação de crime, pecado ou doença. (PRADO, 2008, p.12).

Para as pessoas pertencentes ao grupo LGBT tornar-se visível e gozar das mesmas prerrogativas dos heterossexuais, em todos os sentidos, significa superar as desigualdades históricas que os separa e minimizar o preconceito, já que eliminá-lo é uma tarefa hercúlea. Reinaudo e Bacelar (2008, p. 84) afirmam que mesmo nas sociedades mais avançadas, “a heteronormatividade reina incontestemente” e que a maior diferença entre heterossexuais e homossexuais é “a sensação de exclusão que estes últimos sentem.” Nessa perspectiva, caberá aos “excluídos” lutar pelo reconhecimento de seus direitos para que as práticas sociais sejam transformadas e leis contra a homofobia¹⁴ saiam do papel.

As conquistas do movimento LGBT na primeira década do século XXI tornaram possível uma maior visibilidade social e política dessas pessoas. As mídias tem se mostrado como um importante canal e, embora nem sempre aliadas, abriram espaço para as questões dos homossexuais. Conforme constatou Maffesoli (2001).

[...] a “internet” e as diferentes redes eletrônicas, a televisão e as auto-estradas da informação, tudo isso, para o bem ou para o mal, permite viver, em tempo real e sobretudo coletivamente, experiências culturais, científicas, sexuais, religiosas que são, justamente, o próprio da aventura existencial. (MAFFESOLI, 2001, p. 30).

Nesse contexto, empresários do mundo inteiro atentos às novas mudanças e aos lucros proporcionados por esse público, resolveram investir tanto em produtos diretamente voltados para ele, como também adotaram postura mais tolerante,

¹³ Do grego hetero, "diferente", e norma, "esquadro" em latim, é um termo usado para descrever situações nas quais orientações sexuais diferentes da heterossexual são marginalizadas, ignoradas ou perseguidas por práticas sociais, crenças ou políticas. (WIKIPÉDIA, 2014, p.1)

¹⁴ É uma série de atitudes e sentimentos negativos em relação a pessoas homossexuais, bissexuais e, em alguns casos, contra transgêneros e pessoas intersexuais. As definições para o termo referem-se variavelmente a antipatia, desprezo, preconceito, aversão e medo irracional. (WIKIPÉDIA, 2014, p. 1)

hospitaleira, com a presença de indivíduos homossexuais em seus estabelecimentos. Transpor as portas sociais e dos locais. Diante desse quadro favorável, proprietários de estabelecimentos de entretenimento, turismo, cultura e lazer em Brasília começaram a vislumbrar uma oportunidade de negócios para atender esses indivíduos. Vasconcelos e Amorim (2012) afirmam que esse público pode proporcionar lucro na cidade:

Entre todos os segmentos impulsionados pela população gay da capital do país, o cultural é o que mais se destaca, especialmente a cena noturna. Boates, bares, cafés com toque europeu, festas GLS, tudo isso compõe um nicho promissor no Distrito Federal. (VASCONCELOS; AMORIM, 2012, p. 31).

Segundo dados apontados por Campbell (2014, p. 29) “O Distrito Federal tem a maior taxa de relações gays registradas em cartório no país e um dos menores índices nacionais de crimes homofóbicos.” O que pode ser um dado positivo para que a cidade seja considerada como receptiva e hospitaleira para o segmento LGBT, em especial para os turistas nacionais e internacionais que aportam por aqui.

Ainda conforme Campbell (2014) a “vocalização de Brasília como um destino cor-de-rosa para a comunidade gay nacional” foi algo construído desde a década de 1960, embora houvesse (como ainda há) casos de discriminação, a reação dessa comunidade era imediata, ela já despontava como vanguarda naqueles tempos. Para esse autor “Dentro do contexto nacional, não parece exagero dizer que Brasília ganhou status de uma São Francisco, cidade americana famosa como destino *gay friendly*”. (CAMPBELL. 2014, p. 30). A par desses movimentos em torno do segmento homossexual, empresários locais estão atentos a esse filão e começam a investir para e nesse público.

Brasília, por apresentar uma das maiores rendas *per capita* do país (GDF, 2013) e seus habitantes possuir um bom nível de escolaridade, torna sua sociedade mais esclarecida e tolerante, condições que favorecem a comunidade homossexual, a qual entende que, nesta cidade, suas escolhas serão menos impactantes do que em outras localidades. “Nenhuma cidade acolhe os gays tão bem quanto Brasília. Aqui, podemos beijar na boca na rua e ninguém nos incomoda.” (BRASIL, *apud* CAMPBELL. 2014 p. 32). Nesse aspecto, a cidade surge como um local aprazível para se viver, cuja convivência aparenta ser mais tranquila com esse público e é capaz de receber e acolher o “estranho”. A hospitalidade da cidade pode ser

considerada como um fator favorável para incluí-la no circuito de turista LGBT. Entretanto, continuam a ocorrer casos de intolerância velados ou declarados, apesar das conquistas alcançadas pelo segmento.

Apesar do cenário favorável à comunidade homossexual na capital do país, ainda existem pontos que deverão ser revistos para que ela se torne mais hospitaleira, acolhedora para esse segmento. Entre eles deve-se destacar o treinamento adequado de mão de obra nos setores de lazer, entretenimento e turismo para atender satisfatoriamente esse público, sem que haja discriminação. Para Reinaudo e Bacelar (2008) essa minoria procura ambientes seguros, onde sejam aceitos e possam ficar à vontade com seus parceiros:

Quanto mais o local puder garantir que seus frequentadores homossexuais serão respeitados, bem tratados e protegidos – de olhares, piadas, comentários, ataques – de outros frequentadores ou da sociedade em geral, tanto melhor estará atendendo essa necessidade. (REINAUDO; BACELAR, 2008, p. 137).

Bertrand (2011), ao analisar a dinâmica contraditória da acolhida e de exclusão que impera nos usos sociais do riso, onde saber rir com os outros (e não dos outros) é uma forma de se mostrar hospitaleiro, destaca que no riso é que estão contidos os sinais de estima ou de exclusão, esse último ligado à zombaria e, afirma que:

“rir de alguém” é dar prova de sentimentos negativos (desdém, desprezo, malquerença) que implicam distância e rejeição do outro. [...] Rir para a pessoa que se recebe é colocar o encontro sob auspícios favoráveis. [...] o riso que exclui permite reforçar o sentimento de comunidade do grupo que zomba dos que não fazem parte dele. (BERTRAND, 2011, p. 1295- 296).

Nesse sentido, o Ministério do Turismo (MTUR) está desenvolvendo uma cartilha para promover o turismo como fator de inclusão social, contemplando a comunidade LGBT, com foco na questão da qualificação da mão de obra. Será uma ação afirmativa do governo em prol das minorias em busca da tolerância, da inclusão e do acolhimento. Quiçá, na tentativa de se aproximar daquilo que seria o ideal de uma hospitalidade incondicional, como bem disse Derrida (2003), onde pudéssemos oferecer aos que chegam uma acolhida, uma hospitalidade sem condições:

Digamos sim *ao que chega*, antes de toda determinação, antes de toda antecipação, antes de toda identificação, quer se trate ou não

de um estrangeiro, de um imigrado, de um convidado ou de um visitante inesperado, quer o que chega seja ou não cidadão de um outro país, um ser humano, animal ou divino, um vivo ou um morto, masculino ou feminino. (DERRIDA, 2003, p. 69).

Para que a hospitalidade venha a ser constituída de um acolhimento que gere bem estar e segurança para o hóspede, sem que haja sofrimento para o hospedeiro/anfitrião, é necessário que esse último consiga agregar o indivíduo/forasteiro à comunidade e que possa transmitir o sentimento de pertencimento àquele corpo social, àquela urbe. A hospitalidade deve ser um ato de amor ao próximo. Como bem disse Bauman (2009, p. 98), “Aceitar o preceito do amor ao próximo é o ato de origem da humanidade.” Nessa perspectiva, esse preceito estaria dentro da proposição da hospitalidade incondicional e ilimitada, apontada por Derrida (2003).

1.5.1 A hospitalidade dentro do aspecto comercial e turístico

Conforme apontou Lashley (2004), a hospitalidade possui três domínios: social, privado e comercial. Como já vimos, as práticas da hospitalidade remontam aos primórdios das civilizações, quando então, não envolvia dispêndio monetário. As pessoas eram acolhidas, os hospedeiros concediam abrigo e alimento aos hóspedes durante seus deslocamentos gratuitamente. “A origem da hospitalidade surge, pois, não de alguém que convida, mas de pessoas que necessitam de abrigo e buscam calor humano ao receber o estranho.” (CAMARGO, 2004, p. 30). Para esse autor, o convite à hospitalidade trata-se de uma inovação mais recente da civilização. A questão de se pagar pela hospedagem e comida, não é um fato atual. Entretanto, a literatura não sabe estimar ao certo quando a hospitalidade deixou de ter a conotação de gratuidade e passou a ser cobrada, a ser comercializada.

Para alguns autores (Lockwood, 2004; Walton, 2004), a atividade comercial aliada à hospitalidade, remonta a antiguidade romana e grega e:

[...] é tão antiga quanto o comércio, a migração e a peregrinação, havendo evidências de locais especializados que ofereciam repouso e acomodação nos tempos romanos e novamente, a partir do século XVIII. Em geral tais serviços envolviam a oferta de bebidas alcoólicas, embora também houvesse hospedarias que proporcionavam apenas acomodação. (WALTON, 2004, p. 80).

Walton (2009), afirma, ainda, que no século XII, especificamente em Londres, havia vários estabelecimentos comerciais que ofereciam bebidas, comidas, estábulos e acomodações, modestas, que surgiram para sanar as necessidades dos mercadores e de outros viajantes em busca de descanso. Para esse autor, “A hospitalidade comercial tem suas raízes no provimento aos viajantes, através do mercado, das necessidades básicas de alimentos, bebidas, abrigo e repouso.” (WALTON, 2004, p. 80). A demanda e a oferta desse tipo de hospitalidade já se assemelhavam com a praticada na atualidade. De acordo com Lockwood (2004), o surgimento da hospitalidade comercial pode ser demarcado a partir do momento em que “Os romanos desenvolveram uma série de operações de hospitalidade relativamente à acomodação (*mansiones*), ao ato de beber (*bibulium*)”. (LOCKWOOD, 2004, p. 225). Esse autor destaca, ainda, que:

No final da idade média, as hospedarias continuaram a se desenvolver [...]. Enquanto o número de viagens crescia e a nova classe mercantil emergia, havia um sistema de hospitalidade comercial para suprir suas necessidades, embora de qualidade ainda insatisfatória. Em 1539 [...]. As hospedarias estavam mais de acordo com as mudanças dos sistemas social e econômico, e prosperaram. [...] uma vez estabelecida como empreendimento comercial, a hospitalidade se desenvolveu em uma indústria altamente diversificada, abarcando todas as operações comerciais que proporcionavam aos seus clientes qualquer combinação dos três serviços nucleares relativos à comida, bebida e acomodação. (LOCKWOOD, 2004, p. 226-227).

Esses exemplos históricos dos primórdios da hospitalidade comercial mostram que a demanda e os serviços aumentaram cada vez mais e com isso a necessidade de melhoria no padrão, tanto da parte física dos estabelecimentos quanto no aspecto do atendimento aos viajantes. No entendimento de Walton (2004):

O outro setor da atividade comercial ligado à hospitalidade que apresentou uma rápida expansão, desde meados da era vitoriana até a década de 1930, foi o turismo, especialmente em locais litorâneos de veraneio, um tipo característico de cidade que se sobressaía entre os centros urbanos de mais rápido crescimento do período. (WALTON, 2004, p. 102).

Em face dessas transformações que impactaram as relações dos indivíduos e a maneira como a sociedade passou a usufruir da hospitalidade, surge o novo tipo de hóspede, agora denominado turista. As viagens passaram a ter uma conotação

diferente. Eram viagens de lazer, de férias. Começaram a surgir redes de hotéis, pensões, bares e restaurantes especialmente para atender essa clientela. Com o advento da revolução industrial que oportunizou uma reorganização do trabalho, além de ocasionar uma série de mudanças, dentre as quais as férias da classe trabalhadora, o turismo passa a ser um negócio rentável em virtude da demanda de todas as classes sociais. Nesse aspecto, a hospitalidade passou a ter outra acepção daquela que possuía na antiguidade, no mundo greco-romano onde “o hóspede, estrangeiro de passagem, ou mesmo inimigo, é aquele que deve ser acolhido num lar para ter, na cidade, o favor dos homens e dos deuses.” (GRASSI, 211, p. 533). Agora, com o turismo, o indivíduo passa a ser consumidor e os destinos visitados por ele necessitam de estruturas e serviços apropriados que o satisfaça.

O modo de vida e das relações entre os indivíduos foram impactadas com as várias transformações ocorridas na sociedade moderna, entre elas se encontra a tecnologia. No entendimento de Moesch (2002, p. 37) “A atividade turística beneficiou-se, incomensuravelmente, dos avanços tecnológicos das últimas décadas, mas, sem dúvida, foi com a sociedade da informação que sua expansão concretizou-se.” Nessa perspectiva, a hospitalidade e o turismo, também, se modificaram, tornaram-se mais acessíveis. Para Cruz (2009, p. 43) “Todo turista está sendo, de alguma forma, recebido nos lugares. O que diferencia a experiência entre um e outro turista no que se refere à hospitalidade é a forma como se dá seu acolhimento no destino.” Para essa autora, a criação de uma hospitalidade turística depende do envolvimento das comunidades que são receptoras. Faz-se necessário que essas comunidades não sejam negligenciadas pelo poder público e que tenham infraestruturas e serviços diversificados, cujas ações sejam capazes de atender tanto ao turista/visitante quanto ao residente do local.

1.6 Visibilidade e preconceito

Com as recentes inovações tecnológicas, o uso incessante e facilitador das redes sociais da *internet* e da telefonia celular, as informações chegam em tempo real e atingem rapidamente seu objetivo. Nessa perspectiva, Daniela Mercury, cantora/bailarina, ícone da geração *axé-music/samba reggae*, embaixadora do

Unicef¹⁵, no início de 2013, postou fotos e frases, via celular, anunciando ao mundo que estava casada com uma mulher, que tinha uma relação homoafetiva, trazendo à tona a discussão acerca da questão dos direitos do segmento LGBT, da diversidade sexual e da homoafetividade, alvoroçando, com essa atitude, os principais setores do Brasil: políticos, religiosos, sociais, mídias, o mercado voltado para esse público específico, entre outros. Os impactos advindos com a atitude da cantora foram imediatos. Nessa época de alta conectividade, onde notícias atravessam fronteiras, interligam comunidades diversas em novas combinações de espaço-tempo e identidade que tornam o mundo, em realidade e em experiência mais interconectado e, segundo Hall provoca uma:

[...] aceleração dos processos globais, de forma que se sente que o mundo é menor e as distâncias mais curtas, que os eventos em um determinado lugar têm um impacto imediato sobre as pessoas e lugares situados a uma grande distância. (HALL, 2006, p. 69).

A atitude espontânea da cantora, que é uma figura pública, bem sucedida e militante de diversas causas, além de expor com mais liberdade sua orientação sexual, numa sequência temporal e atingindo o máximo de pessoas no tempo presente com efeitos profundos e imediatos por meio das redes de telecomunicação, via satélite, foi considerada como exemplo de resultado positivo para as pessoas – principalmente famosas - que temem revelar sua homossexualidade. Os benefícios advindos da postura de Daniela Mercury vão ao encontro do que Reinaudo e Bacellar (2008) denominaram como modelo positivo para o público gay: “Gays e lésbicas, em especial os mais jovens, sentem uma ânsia profunda de conhecer e idolatrar gays e lésbicas famosos, bem-sucedidos, bonitos e assumidos, que espelhem de forma positiva a orientação sexual de minorias.” (REINAUDO; BACELLAR, 2008, p.137).

Ao expor publicamente sua relação homoafetiva, Mercury quebrou padrões, oportunizou a visibilidade das minorias sexuais, trouxe à tona a luta de gays e lésbicas pelos direitos civis e contra a homofobia, ratificou as formas de expressão e vivência da conjugalidade de homossexuais em um momento em que a Comissão de Direitos Humanos da Câmara dos Deputados tentava aprovar o Projeto de Decreto Legislativo n. 234/2011, comumente chamado de projeto de “cura gay” que

¹⁵ Sigla para o Fundo das Nações Unidas para a Infância que zela pelos direitos das crianças.

visava permitir que psicólogos oferecessem tratamento para curar a homossexualidade, gerando forte manifestação da sociedade por considerar tal projeto um retrocesso nas conquistas LGBT em pleno século XXI e como explica Diniz :

Cura gay foi o nome dado às iniciativas para patologizar a homossexualidade, isto é, para descrevê-la como doença. Falsamente se pressupõe que a heterossexualidade seria a única sexualidade saudável, para daí se classificar as outras formas de vivência como anormais. O destino dos desviantes seria a clínica gay. Uns poucos psicólogos solitários sustentaram haver tratamento psíquico para a homossexualidade e reclamam ser cerceados em sua liberdade profissional. Ora, não há liberdade profissional para práticas discriminatórias ou charlatanices [...] (DINIZ, 2013, p. 17).

Recentemente, a questão da cura gay voltou a ser motivo de polêmica, devido a notícia veiculada em jornal de grande circulação da capital do país, acerca de um “curso de cura gay” ministrado por religiosos evangélicos (SUPOSTA, 2015, p. 21). Esse fato gerou protestos e contestações pelas lideranças LGBT, que consideram excessivamente discriminatório esse tipo de curso. Enquanto inúmeras religiões são contrárias a homossexualidade, existem igrejas brasileiras, a maior parte de orientação evangélica, que aceitam e acolhem pessoas homossexuais, principalmente aqueles que foram rejeitados por suas religiões tradicionais. Apesar de se saber que um dos principais ensinamentos cristãos é a tolerância. Em Brasília, a igreja de ritual presbiteriano, Comunidade Athos é um exemplo disso, com cerca de oito anos de atividade, possui uma teologia inclusiva, que permite e integra homossexuais em seus cultos, presta orientações, apoia e celebra casamentos entre pessoas do mesmo sexo, além de promover ações afirmativas que envolvam todas as minorias que frequentam esse local. E segundo informações pessoais da Pastora Márcia Dias, essa igreja recebe, durante os cultos, muitos turistas LGBT em visita à cidade.

Discussões desfavoráveis à homossexualidade ocorrem com certa frequência mundo afora. No entendimento de Butler (2003) os debates quanto ao reconhecimento das relações homoafetivas (casamento gay) são cercados de argumentos homofóbicos, permeados de medos políticos, tecnológicos e até demográficos. Butler (2003, p. 236) afirma que “se alguém *não* quer reconhecer certas relações humanas como parte do humanamente reconhecível, logo esse alguém *já* as reconheceu e busca negar aquilo que, de uma maneira ou de outra, já

foi compreendido.” No entendimento de Regis Oliveira (2013), o preconceito, principalmente contra homossexuais, tornam as pessoas limitadas e injustas, pois “Contribuí para o surgimento de estigmas que condenam milhões de pessoas a viver, no dia a dia, situações humilhantes, que afetam sua dignidade e limitam o exercício dos seus direitos.” (OLIVEIRA, R. 2013, p. 144).

O Brasil, apesar de ser um país laico e de direito, não consegue avançar na discussão da criminalização da homofobia. Projetos de lei que tratam dessa matéria não conseguem prosseguir e são obstruídos por bancadas de natureza religiosa, e por políticos conservadores. Com relação a essa dificuldade do Congresso Nacional em aprovar qualquer projeto de lei acerca desse tema, Maria Berenice Dias, sustenta que:

A omissão covarde do legislador infraconstitucional em assegurar direitos aos homossexuais e reconhecer seus relacionamentos, ao invés de sinalizar neutralidade, encobre grande preconceito. O receio de ser rotulado de homossexual, o medo de desagradar seu eleitorado e comprometer sua reeleição inibe a aprovação qualquer norma que assegure direitos à parcela minoritária da população que é alvo da discriminação. (DIAS, M. 2012, p. 71).

Muitas vezes o preconceito decorre exclusivamente pela ignorância das pessoas, cujo desconhecimento do tema da homossexualidade as leva a uma falsa percepção de que se trata de um comportamento desviante, doentio, que necessita de tratamento que possa levar a “cura”. Essas ideias falsas confundem os ignorantes que não procuram conhecer de fato o assunto e repassam suas convicções, como se fosse um dogma, surgindo daí, a intransigência que não oportuniza discutir a questão com conhecimento de causa. A ignorância em relação aos indivíduos LGBT, muitas vezes se transforma em homofobia.

Ao longo da história da humanidade a prática da homossexualidade foi tratada com admiração, tolerância ou condenada, conforme as normas vigentes nas diversas épocas. A partir de 1973, as principais organizações mundiais de saúde, inclusive as de Psicologia, deixaram de classificá-la como uma doença, perversão ou distúrbio. Era denominada nos anais médicos e psicológicos como homossexualismo, com o sufixo “ismo” de origem grega, que denota condição patológica. Somente em 1990 a Organização Mundial de Saúde a excluiu da lista de distúrbios. Depois de todo esse tempo, retomar o discurso de que há tratamento

psicológico capaz de curar indivíduos cuja orientação sexual fuja da heteronormatividade, além de ser considerado um retrocesso atávico é, também, um oportunismo de pessoas mal intencionadas, as quais a partir do apoderamento de incautos querem levar vantagem em detrimento dos direitos das minorias sexuais. Nas palavras de Castells:

Os movimentos lésbico e gay não são simples movimentos em defesa do direito humano básico de escolher a quem e como amar, São também expressões poderosas de identidade sexual e, portanto, de liberação. Esses movimentos desafiam algumas das estruturas milenares sobre as quais as sociedades foram historicamente construídas: repressão sexual e heterossexualidade compulsória. (CASTELLS, 2002, p. 256).

Apesar de todas as conquistas dos homossexuais, das facilidades tecnológicas que se tornaram aliadas das causas do segmento, ainda existe a homofobia, ignorância e a intolerância para com as minorias sexuais a partir da não aceitação da manifestação afetivo-sexual das pessoas. É fato que, em nossa sociedade, aceitar as escolhas diferentes das nossas é o maior exercício de tolerância que nem todos se dispõem a praticar. Nesse sentido, Trigo observa que:

As fronteiras entre os diversos grupos sociais tornam-se cada vez mais porosas ou indiferentes, Isso não quer dizer que a homofobia e os preconceitos se extinguíram. Qualquer sociedade pluralista e democrática precisa manter constantes instrumentos de cidadania para aumentar o grau de conscientização das pessoas e informar que a diversidade é normal e pode ser salutar, desde que haja respeito entre os diversos grupos e indivíduos. (TRIGO, 2009, p. 159).

A discriminação, que no entendimento de Maria Berenice Dias (2012) não deve ser confundida com o preconceito, pois discriminar é o tratar de modo diferenciado algumas pessoas ou grupos, por força do preconceito que é “um juízo de valor desarrazoado, irracional, desprovido de lógica que lhe fundamente.” (DIAS, B. 2012, p. 28), Seja a discriminação velada ou não, continua a fazer parte do nosso cotidiano e a homofobia é um dos fenômenos de opressão a que milhares de pessoas são submetidas diariamente. Nesse aspecto, o mercado de cultura, entretenimento, serviços e turismo envolvido com o público homossexual precisa ter conhecimento das especificidades desse segmento e trabalhar no sentido de atender a demanda, buscando evitar que venha a sofrer qualquer tipo de preconceito. Enquanto transita pelo Congresso a proposta, aprovada em 2012 pela

Comissão de Juristas, de um anteprojeto de reforma do Código Penal onde a homofobia será considerada crime em território nacional brasileiro, caberá aos empresários e governos locais investirem em treinamento especializado para atender bem o universo LGBT, criando espaços democráticos.

É essencial atentar para as características específicas da segmentação e transformá-las em medidas práticas para captar e fidelizar o consumidor. O mercado homossexual é formado em sua essência por consumidores que possuem uma grande rede de informações e geralmente são muito exigentes. Conforme Reinaudo e Bacellar (2008, p. 86) "Gays e lésbicas trocam mais informações sobre produtos e serviços específicos do que qualquer outro segmento e costumam levar em consideração o comprometimento da empresa com a comunidade glbt (*sic*).” Deve-se considerar, principalmente, a questão do acolhimento nos locais que recebem esse tipo de público.

É fato que um consumidor de turismo ou de entretenimento irá direcionar suas escolhas, sua forma de gastar, suas atividades, sua cultura e, conseqüentemente, o estilo de férias, de viagem e de lazer, independentemente do segmento ao qual pertença. Por isso, é necessário que o mercado, no caso, voltado para os homossexuais, seja capaz de identificar o potencial desse consumidor para que o atrativo ofertado atenda suas necessidades e faça com que ele retorne ao local visitado e indique a outras pessoas. O exercício da tolerância tem que ser renovado dia após dia por aqueles que lidam com o segmento. Afinal, ser tolerante é uma condição *sine qua non*¹⁶ para os que vivem em sociedade.

Assim, o consumidor LGBT, uma vez satisfeito, não só retornará ao local visitado como propagará para sua rede de conhecidos sua experiência de viagem ou de entretenimento. O grau de tolerância, hospitalidade e o acolhimento de determinado local serão considerados pela comunidade LGBT e divulgado/multiplicado pela comunidade homossexual de forma favorável ou contrária. Amorim e Vasconcelos (2012) indicam que, cientes da importância de consumo desse nicho, os proprietários de espaços de entretenimento, de lazer e cultura em Brasília tendem a investir em treinamento especializado à medida que o

¹⁶ Do latim, "sem o qual não pode ser."

mercado começa a se voltar para esse segmento e para os lucros proporcionados pelo "pink money".

Segundo dados apontados por Campbell (2014, p. 29) "O Distrito Federal tem a maior taxa de relações gays registradas em cartório no país e um dos menores índices nacionais de crimes homofóbicos." No entendimento desse autor, a capital do Brasil é um local receptivo, hospitaleiro para o segmento LGBT, em especial para a comunidade *gay* que aporta nessa cidade. Essa hospitalidade exercida em Brasília pode se tornar um potencial atrativo para esse público.

Ainda conforme Campbell (2014, p. 29) a "vocação de Brasília como um destino cor - de - rosa para a comunidade gay nacional" foi algo construído desde a década de 1960, embora houvesse (como ainda há) casos de discriminação, a reação dessa comunidade era imediata, ela já despontava como vanguarda naqueles tempos. Para esse autor "Dentro do contexto nacional, não parece exagero dizer que Brasília ganhou status de uma São Francisco, cidade americana famosa como destino gay friendly". (CAMPBELL. 2014, p. 30). A par desses movimentos em torno do segmento homossexual, empresários locais estão atentos a esse filão e tendem a investir nesse público.

Brasília, como foi dito anteriormente, possui uma das maiores rendas *per capita* do país com alto nível de escolaridade, o que pode ser considerado como fatores de atração e favorecimento à comunidade homossexual, a qual vislumbra que aqui suas escolhas serão menos impactantes por ter uma sociedade mais esclarecida e tolerante do que em outros lugares. "Nenhuma cidade acolhe os gays tão bem quanto Brasília. Aqui, podemos beijar na boca na rua e ninguém nos incomoda." (BRASIL, *apud* CAMPBELL, 2014, p. 32). Nesse aspecto, a cidade surge como um local aprazível para se viver, cuja convivência aparenta ser mais tranquila com esse público e é capaz de receber e acolher o "estranho". Entretanto, continuam a ocorrer casos de intolerância velados ou declarados, apesar das conquistas alcançadas pelo segmento.

O segmento LGBT vive um momento de grandes conquistas no nosso país. Em 2013, o Conselho Nacional de Justiça garantiu a realização do casamento civil de lésbicas e gays. Por meio do reconhecimento e da visibilidade dos meios de comunicação o movimento homossexual gradativamente vem superando a rejeição

e o preconceito social de forma mais abrangente e em curto prazo. A aceitação da conjugalidade homoafetiva é cada vez maior em nossa sociedade, a despeito da homofobia ainda existente.

O mercado desse segmento tende a crescer. Dentro do contexto de alcançar a satisfação desse público, cada vez mais visível e numeroso, é que se encontra a cidade de Brasília, a capital monumento, a qual parece despontar como um polo de turismo e de entretenimento, com possibilidades de seduzir gays e lésbicas. Há indícios de que hotéis, restaurantes, bares, festas, comércio e parques ecológicos estariam dispostos a receber essas pessoas e, por meio de ações eficazes, viriam a contribuir para um ambiente acolhedor. O retorno desses indivíduos aos locais ocorrerá sempre que houver receptividade e atendimento às demandas.

Com o crescimento do mercado LGBT, os turistas homossexuais na Capital da República poderão exigir mais respeito, qualidade e serviços adequados às suas necessidades e se voltarão prioritariamente para empresas cuja postura seja claramente favorável à diversidade sexual e aos espaços mais tolerantes. É certo que ainda há muito por fazer pelo movimento de lésbicas e gays, principalmente no que diz respeito à conjugalidade, mas como observa Castells (2002, p. 257): “[...] se a experiência vivenciada no último quarto de século tiver algum valor indicativo para o futuro, o poder da identidade se reveste de mágica quando tocado pelo poder do amor.”

Nessa perspectiva, acredita-se que as mudanças ocorridas e as que estão por vir, tendem a favorecer a comunidade LGBT que aos poucos vai transformando o olhar social em busca de um maior acolhimento de sua identidade sexual e rompendo padrões socioculturais considerados estáveis.

2 FUNDAMENTAÇÃO METODOLÓGICA

Quanto ao quadro interpretativo, foi escolhido o método dialético/materialismo histórico para a análise dos dados, uma vez que permite pensar a contradição da realidade em uma determinada sociedade/grupo, no caso a comunidade homossexual aqui estudada. Com relação à dialética, no entendimento de Oliveira (2013, p. 53) “nos fornece os fundamentos para fazermos um estudo em profundidade, visto que o método dialético requer o estudo da realidade em seu movimento, analisando as partes em constante relação com a totalidade.” Essa realidade pode ser entendida como um processo de transformação, de mudança.

Já o materialismo histórico, permite que as ideias sobressaiam e introduzam mudanças no âmbito econômico, ressaltando o desempenho de grupos sociais, partidos políticos, entre outros, e com isso possibilita efetuar transformações nos princípios desses grupos, de acordo com Triviños (1987). O materialismo histórico, nesta pesquisa, de um modo geral, auxiliou na compreensão da estrutura social, do progresso social, principalmente na questão da interpretação das mudanças dos indivíduos na sociedade. Nessa perspectiva, as abordagens metodológicas utilizadas nesta pesquisa proporcionaram uma análise investigativa do segmento LGBT no turismo em Brasília.

A fim de nortear o estudo na perspectiva de alcançar os objetivos propostos, foi utilizada a abordagem qualitativa que se presta a identificar questões e entender suas relevâncias para o tema aqui estudado. A pesquisa qualitativa conforme definição de Denzin e Lincoln (2006):

Consiste em um conjunto de práticas materiais e interpretativas que dão visibilidade ao mundo. Essas práticas transformam o mundo em uma série de representações, incluindo as notas de campo, as entrevistas, as conversas, as fotografias, as gravações e os lembretes. (DENZIN; LINCOLN, 2006, p.17).

Nesse sentido, o modo de pesquisa foi realizado por intermédio do levantamento, organização e sistematização de material e dados secundários acerca do tema em estudo, por meio de pesquisa bibliográfica, documental (leis, direitos, documentos de Conselhos, cartilhas, relatórios), utilizando-se livros, revistas, jornais, publicações, internet, pois, como observa Cellard (2008) possibilita:

[...] realizar alguns tipos de reconstrução, o documento escrito constitui, portanto, uma fonte extremamente preciosa para todo pesquisador nas ciências sociais. [...] ele representa a quase totalidade dos vestígios da atividade humana em determinadas épocas. [...] ele permanece como o único testemunho de atividades particulares ocorridas num passado recente. (CELLARD, 2008, p. 295).

Deve-se ressaltar a carência de bibliografia acadêmica que aborde o estudo do turismo LGBT no Brasil e, principalmente, em Brasília. Acerca especificamente desse tema, existem duas publicações datadas de 2002 (Oliveira) e 2008 (Reinaudo; Bacellar). As fontes mais atuais, utilizadas nesta dissertação, foram levantadas a partir de artigos, impressos e eletrônicos, de revistas e de jornais. Provavelmente, essa insuficiência bibliográfica está associada ao fato de que esse assunto é bastante recente, principalmente em nosso país e como bem destacou Oliveira (2002) o Brasil precisa encarar o turismo homossexual com seriedade e elaborar uma política turística voltada para esse público.

Outras referências foram extraídas em trabalhos de pesquisadores da área no sentido de adentrar a compreensão do segmento LGBT, desse grupo de pessoas que formam um nicho de mercado que investe em diversão, entretenimento, lazer, turismo, cultura, moda etc. na cidade de Brasília. Deve-se ressaltar que os estudos acerca da comunidade homossexual, sempre se valeram da pesquisa qualitativa. De acordo com Gamson (2006, p. 346) “Há muito tempo que o estudo sobre as sexualidades, de um modo geral, e sobre as homossexualidades, em particular, está estritamente ligado à pesquisa qualitativa [...]”. Isso ocorre, esclarece o autor, em virtude da concentração de tais estudos se voltarem para as questões interpretativas.

Para uma melhor análise dos atores e a complexidade das relações sociais que os envolve, foi aplicada a pesquisa de campo, como um método investigativo, a fim de conduzir a pesquisa na busca dos objetivos deste trabalho. Como apontam Denzin e Lincoln:

A pesquisa qualitativa envolve o estudo do uso e a coleta de uma variedade de materiais empíricos – estudo de caso; experiência pessoal; introspecção; história de vida; entrevista; artefatos; textos e produções culturais; textos observacionais, históricos, interativos e visuais – descrevem momentos e significados rotineiros e problemáticos na vida dos indivíduos. (DENZIN; LINCOLN, 2006, p. 17).

Desta forma, a pesquisa qualitativa possui múltiplas práticas interpretativas. A escolha de algumas dessas práticas para o objeto de estudo permitiu a pesquisadora conduzir os elementos da pesquisa sob diferentes focos para alcançar os resultados úteis.

Partindo desse pressuposto, foram utilizadas técnicas de coleta de dados a partir de entrevistas com informantes que estão a par da questão aqui estudada e que envolviam a comunidade LGBT, como empresários e gerentes de estabelecimentos locais voltados para os setores de turismo (hotéis, restaurantes, equipamentos culturais, casas de shows), comunidade religiosa inclusiva, ligados a esse assunto, além de representante de entidade governamental. Pois, de acordo com Oliveira (2013, p. 86) “A entrevista é um excelente instrumento de pesquisa por permitir a interação entre pesquisador(a) e entrevistado(a) e a obtenção de descrições detalhadas sobre o que se está pesquisando.” O uso da entrevista, como indicou Duarte (2005), é uma técnica qualitativa que permite aos entrevistados definir a maneira em que irá responder e ao entrevistador adaptar as perguntas conforme a necessidade.

Destarte, foram realizadas entrevistas (Apêndice A) como instrumento no sentido de se alcançar algumas evidências que nos permitissem avançar em nossas averiguações (TRIVIÑOS, 1987). Dessa forma, a fim de nortear esta pesquisadora, quanto aos locais mais frequentados ou de preferência desse público, realizou-se tais entrevistas a partir da publicação, trimestral, “Guia Gay Brasília”, em formato de livreto, cuja distribuição é gratuita e traz o circuito gay completo de Brasília. Utilizou-se a 5ª edição (julho- setembro- 2014) do referido Guia, cuja tiragem foi de 4,5 mil exemplares.

Também foram empregadas técnicas de aplicação de questionários – com perguntas abertas e fechadas - com e para a população homossexual residente ou não na cidade, cujas perguntas foram respondidas pessoalmente ou por meio eletrônico, sempre resguardando-se a identidade das pessoas que responderam. Quanto ao uso desse instrumento de pesquisa, Marly de Oliveira aponta que:

O questionário pode ser definido como uma técnica para obtenção de informações sobre sentimentos, crenças, expectativas, situações vivenciadas e sobre todo e qualquer dado que o pesquisador(a) deseja registrar para atender os objetivos de seu estudo. [...] os questionários têm como principal objetivo descrever as

características de uma pessoa ou de determinados grupos sociais. (OLIVEIRA, M. 2013, p. 83).

Quanto a esse aspecto, inicialmente foi elaborado um questionário experimental, contendo apenas sete perguntas, que foi distribuído em um café/restaurante durante a comemoração do aniversário daquele estabelecimento. A partir dessa experiência, verificou-se a necessidade de reformular o questionário a fim de obter maiores dados acerca do público alvo. Esse novo questionário possuía quatorze perguntas e foi enviado via eletrônica. Alguns poucos foram respondidos por meio impresso.

Dentro da abordagem qualitativa, optou-se por realizar uma pesquisa cujo nível de profundidade foi de caráter exploratório-descritiva. Exploratório, pois permitiu à pesquisadora “encontrar os elementos necessários que lhe permitam, em contato com determinada população, obter os resultados que deseja. [...] pode servir para levantar possíveis problemas de pesquisa.” (TRIVIÑOS, 1987, p. 109). Considerando-se que foi analisada a comunidade LGBT, a pesquisa qualitativa de característica exploratória proporcionou uma maior familiarização com os indivíduos e com suas preocupações, conforme apontaram Deslauries e Kérisit (2006). Utilizou-se também a técnica da pesquisa descritiva, a qual buscou “analisar fatos e/ou fenômenos, fazendo uma descrição detalhada da forma como se apresentam esses fatos e fenômenos, ou, mais precisamente, é uma análise em profundidade da realidade pesquisada.” (OLIVEIRA, 2013, p. 68). Essas duas técnicas possibilitaram uma investigação mais abrangente quanto às características sociais, políticas, econômicas, entre outras, acerca das pessoas homossexuais e do respectivo segmento dentro do turismo em Brasília.

2.1 Turismo LGBT em Brasília

Segundo dados da Secretaria de Turismo, publicados no Correio Braziliense (CONTAIFER, 2014) Brasília, no ano de 2013, recebeu uma média de quatro milhões de visitantes. Uma parte desses visitantes veio à cidade a negócios, e a maioria deles fica por aqui três ou mais dias. Nesses mesmos dados, consta que o maior número desses visitantes escolhe a capital do país pela beleza e pelos atrativos. Entretanto, a reportagem não esclarece que tipos de atrativos são esses. Nessa perspectiva, nota-se que a cidade tem vocação para o turismo, a despeito do

que é comumente desmentido. Como já foi dito anteriormente, sabe-se que Brasília recebe, além de turistas de negócios, também aqueles que vêm pelo turismo cívico.

Com relação ao turismo voltado para a comunidade homossexual, Brasília vem aos poucos se preparando para acolher esse tipo de turista, conforme demonstra a mídia impressa da cidade, já citada. Recentemente foi divulgado que a EMBRATUR (Instituto Brasileiro de Turismo) começará a divulgar a cidade como receptiva para o público LGBT (BITTAR, 2015), mas enfatiza a necessidade de melhorar a mão de obra para atender esse público. Em 2010 a revista Via G apresentava a cidade como um polo de turismo para a diversidade “A capital se firma como grande pólo de turismo tornando-se destino obrigatório do circuito LGBT no país.” (LUCAS, 2010 p. 16). O roteiro apresentado para o lazer desse público, há cinco anos, pouco difere dos ofertados em 2015. Dentro desse contexto, existe uma página na internet denominada “Parou Tudo” que apresenta um roteiro GLS do Distrito Federal, contendo os endereços dos estabelecimentos, valores das entradas e também as datas dos eventos do mês, voltados para os homossexuais. Ela traz logo no início, a seguinte apresentação:

Brasília é conhecida como a capital do poder político, mas ela vai além. Ao conhecer as várias opções para o público LGBT e simpatizante que a cidade oferece, você irá constatar que ela é também lugar para muita jogação, baladas e gente interessante. Prepare-se! (PAROU TUDO, 2015).

Nesse aspecto, considerando o que é propagado pelo guia gay Brasília, mídia impressa e digital, tanto para a comunidade LGBT que reside em Brasília, como para aquelas pessoas do segmento que visitam a cidade, existem bares, restaurantes, saunas, boates e festas que possam atendê-los, como por exemplo um dos mais antigos bares da cidade localizado na quadra 109 da asa sul, Beirute; a boate Victoria Hauss (setor de garagens norte); Café Savana (116 norte), com 24 anos de existência no mesmo local, que é bastante frequentado por essas pessoas; Balaio Café, localizado na 201 norte, entre outros.

3 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS DADOS

Para um melhor entendimento do turismo LGBT em Brasília, a utilização de questionários foi fundamental, pois permitiram agregar a visão do empreendedor à visão do público final. Como bem disse Reinaudo e Bacellar (2008), esse segmento tem particularidades que são só suas, principalmente por não possuir uma característica física que o distingue dos demais segmentos. É um segmento que “não é fácil de mensurar, e seu tamanho e potencial dependem da atitude dos homossexuais e da sociedade em relação a eles.” (REINAUDO; BACELLAR, 2008, p. 71). Nesse sentido, foram aplicados questionários impressos e eletrônicos que auxiliaram na discussão dos dados desta dissertação.

3.1 Questionários

Com a aplicação de questionários buscou-se destacar informações essenciais no sentido de obter dados para alcançar os objetivos propostos nesta pesquisa. Nesse sentido, ainda em fase experimental, foram distribuídos cinquenta questionários contendo sete perguntas cada – a maioria constituída de perguntas fechadas -, (Apêndice B), no café e restaurante Savana, localizado na Asa Norte, na data em que esse estabelecimento completava 23 anos de existência (21/9/2013). Esse local é frequentado, predominantemente, por um público LGBT de faixa etária entre 30 e 50 anos, cuja renda é considerada acima da média, conforme informações do proprietário, em entrevista à pesquisadora.

Dos 50 questionários distribuídos, nessa fase experimental, 37 foram respondidos. Desses, apenas duas pessoas não residiam na cidade, eram turistas e responderam que Brasília possui, sim, atrativos capaz de atraí-las (questão 5). Quanto às pessoas residentes em Brasília, 14 questionários foram respondidos por homens e 21 por mulheres. Dentre as perguntas cujas respostas foram mais expressivas para a pesquisa, destacam-se as questões 6 e 7: 6) Se você reside em Brasília, o que acha que a cidade oferece de interessante para o turista LGBT? 24 pessoas assinalaram bares; 14 assinalaram baladas; 11 assinalaram festas e baladas; Seis não responderam ou disseram que não há nada. 7) Você conhece alguém do segmento LGBT que venha a Brasília para participar de algum

evento/festa/lazer GLS? Nove pessoas assinalaram que sim, e a maioria delas escreveu “festas”.

A partir desse questionário experimental foi gerado outro, com a inclusão de novas questões, totalizando 14 perguntas, que foi utilizado como questionário final (Apêndice C), o qual possibilitou os resultados dessa pesquisa. Em princípio esse questionário foi destinado a priorizar o público das classes sociais A e B do segmento LGBT, mas em virtude da dificuldade em conseguir respostas exclusivamente de pessoas dessas classes, expandiu-se para as demais faixas de renda. Entretanto, ao fazer a análise dos questionários, verificou-se que as duas maiores porcentagens que aparecem no gráfico referente a renda dos respondentes (Gráfico 4), pertencem a pessoas das classes A e B. A maior parte das perguntas desse questionário foi feita de forma fechada, pois esse tipo de pergunta auxiliou na caracterização do grupo estudado de acordo com suas atividades, escolaridade, renda etc. (TRIVIÑOS, 1987).

Deve-se ressaltar que ao visitar alguns dos locais frequentados pelo público homossexual, foi informada (além da constatação pessoal) a dificuldade em se passar questionários entre os frequentadores, principalmente onde era necessário formar fila para entrar no estabelecimento, sob a alegação de que a grande maioria das pessoas não mostraria interesse, considerando que naquele momento elas estariam se socializando, construindo novas amizades ou tentando constituir pares.

Na tentativa de alcançar o maior número possível de pessoas, optou-se por aplicar esse novo questionário por meio eletrônico, o qual ficou disponível de outubro 2014 a meados de janeiro de 2015. Em princípio, foram enviados para pessoas próximas à pesquisadora e que pertencem ao grupo LGBT, sendo solicitado que elas o repassassem para seus conhecidos homossexuais turistas ou residentes em Brasília, ou seja, foi utilizada técnica conhecida como “bola-de-neve” (do inglês *snowball*) em que uma pessoa vai passando para a outra e assim sucessivamente. No de encaminhamento do questionário, constava a informação de que seria preservada a identidade do respondente, uma vez que não era possível identificar quem havia respondido, pois o questionário foi feito de maneira a garantir o total anonimato de quem o respondesse.

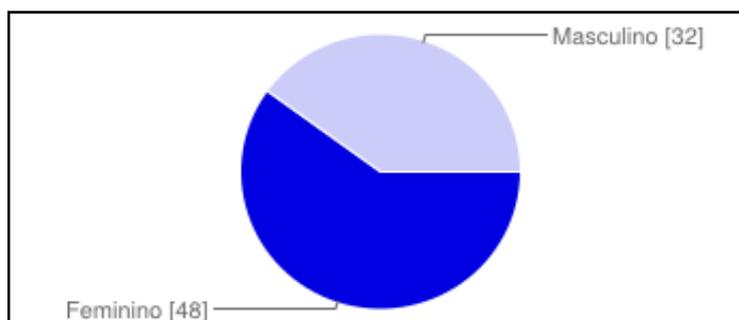
Foram respondidos 80 questionários por meio eletrônico. Desses questionários, a título de melhor visualização, serão utilizados apenas gráficos, referentes às perguntas do tipo fechado, considerados mais expressivos para a pesquisa. Deve-se enfatizar que foram realizadas, também, cinco perguntas do tipo aberto. Dessas perguntas do tipo aberto a primeira foi a de número três do questionário, que solicitava a idade dos respondentes. O mais novo informou ter 21 anos e o mais velho 65 anos. A maioria estava na faixa entre 35 a 50 anos. A segunda pergunta aberta foi a de número seis do questionário, e era referente a cidade de residência dos respondentes, e a maioria (65 pessoas) responderam que residiam em Brasília. A terceira pergunta aberta, correspondente a de número 10.1 do questionário, estava relacionada à questão anterior, a qual dizia respeito a conhecer pessoas do segmento LGBT que viam a Brasília para participar de algum evento. Caso tivesse sido respondida afirmativamente, a pessoa deveria informar que tipo de evento. A maioria que respondeu conhecer pessoas que visitavam Brasília para eventos, informou festas mensais e parada gay. A quarta pergunta aberta, que corresponde à de número 11.1 do questionário, estava vinculada à anterior que dizia respeito a conhecer lugares voltados ao público LGBT em Brasília, e aqueles que responderam que conheciam, informaram, em sua maioria, boates, bares e restaurantes, destacando-se Victoria Hauss, Café Savana, Balaio Café e Beirute.

A quinta e última pergunta aberta, correspondente a de número 14 do questionário, tratava-se de um espaço aberto para críticas e sugestões acerca da oferta de lazer para o segmento LGBT em Brasília. Apenas 27 pessoas escreveram a respeito, sendo que a maioria respondeu que faltavam mais opções e consideraram as que tinham fracas. Transcrevo a seguir, a íntegra, de uma das respostas a essa questão: “Percebo que bsb (*sic*) não tem opções interessantes para o público lgbt (*sic*), o que leva (*sic*) as pessoas buscarem viagens para outros locais. A maioria dos gays que conheço, possuem (*sic*) renda acima da média e sempre que podem (*sic*) viajam para buscar diversão e em bsb (*sic*) costuma mais se reunirem (*sic*) em casa de amigos devido a péssima qualidade dos ambientes lgbt (*sic*) daqui.”

Após o encerramento do prazo de recebimento dos questionários respondidos, soube-se que muitas pessoas que se propuseram a responder, não

conseguiram acessar a página disponível para isso. A seguir, apresentam-se os gráficos das perguntas mais expressivas e seus resultados.

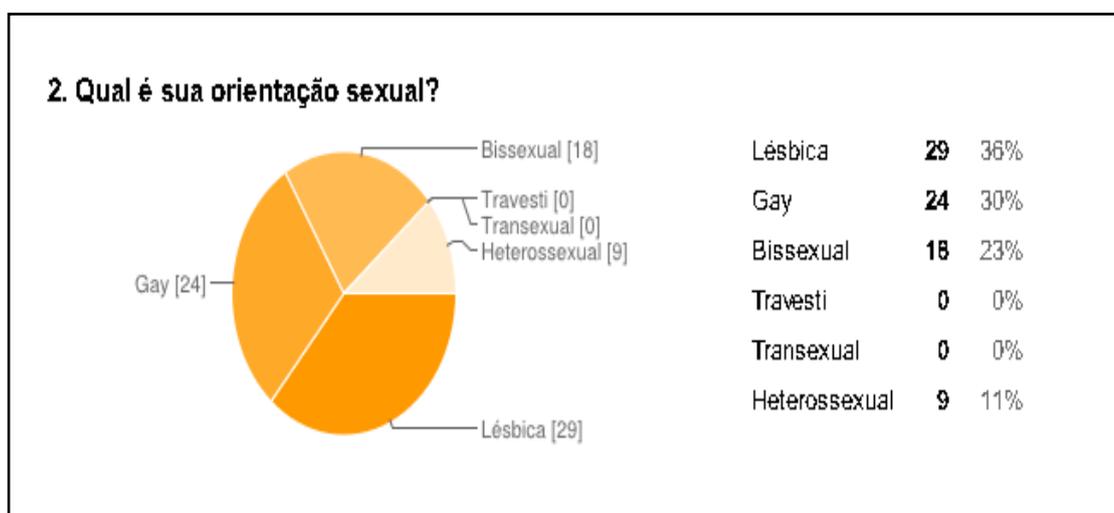
Gráfico 1 - Qual o sexo



Fonte: dados da pesquisa

Esta era a questão número um do questionário eletrônico. E a maioria dos respondentes era do sexo feminino (48). Apenas 32 pessoas do sexo masculino participaram da pesquisa.

Gráfico 2 – Orientação sexual

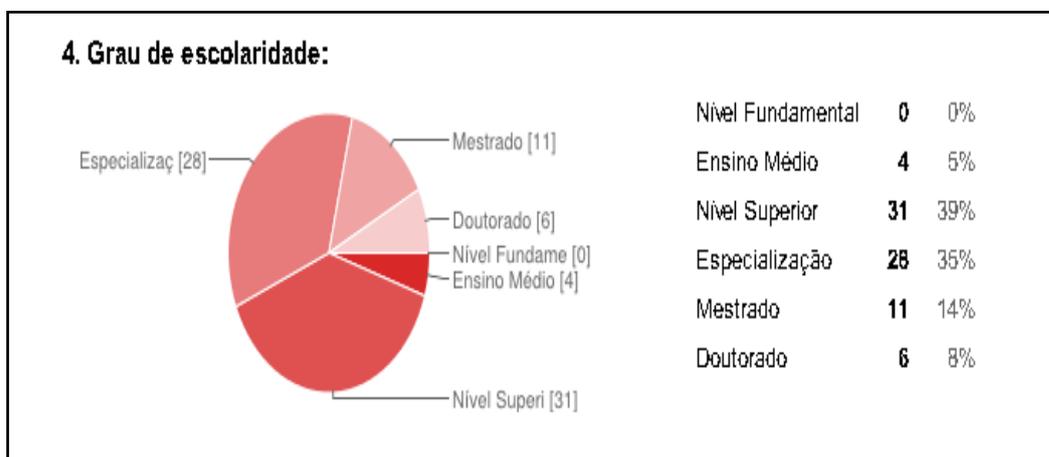


Fonte: dados da pesquisa

Quanto à questão de número 2 do questionário, os dados da pesquisa apontam que a maioria dos respondentes se identificou como lésbicas (29). Ninguém se identificou como transexual ou travesti. A minoria dos respondentes era heterossexual, mas manifestou interesse em participar da pesquisa por serem

simpatizantes e frequentar os locais GLS, conforme informações obtidas pessoalmente ou por intermédio de um dos participantes da pesquisa.

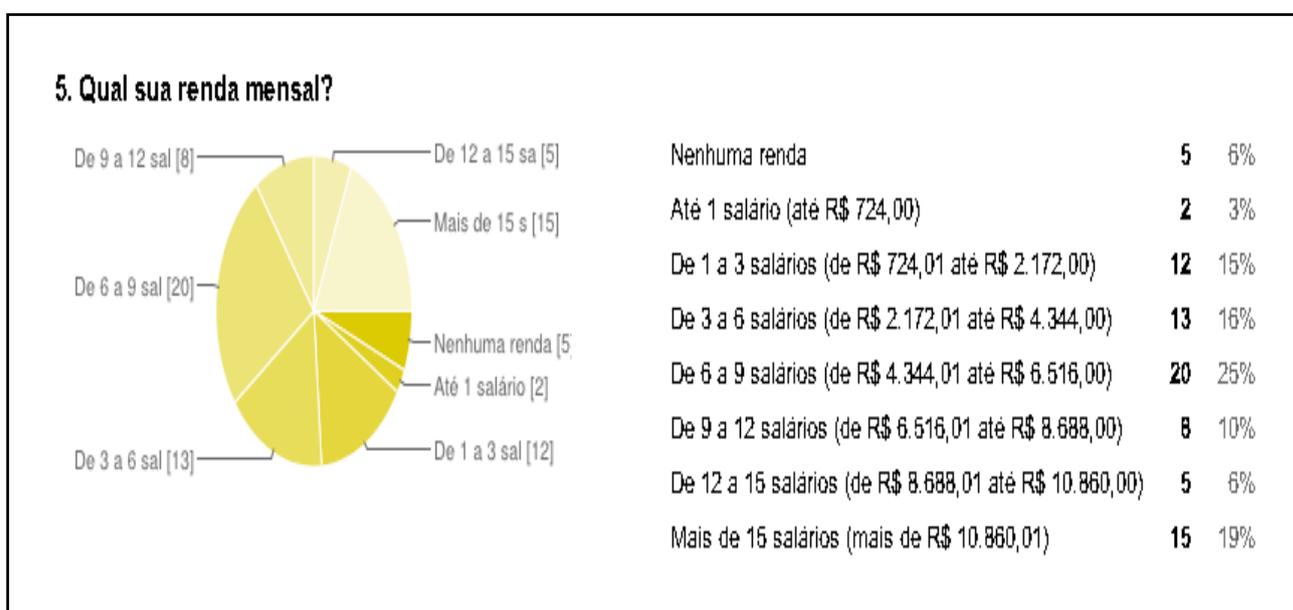
Gráfico 3 – Grau de instrução



Fonte: dados da pesquisa

Com relação à pergunta de número quatro do questionário, os dados apontaram que a maioria possui nível superior e apenas quatro pessoas o ensino médio. No universo aqui analisado, o padrão de instrução pode ser considerado alto, principalmente quando são agregadas as porcentagens daqueles que possuem Especialização.

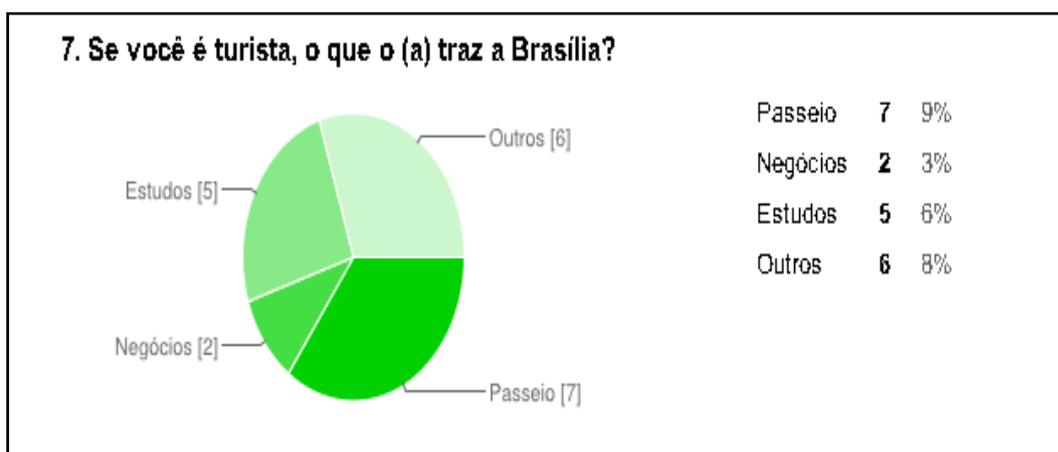
Gráfico 4 – Renda mensal



Fonte: dados da pesquisa

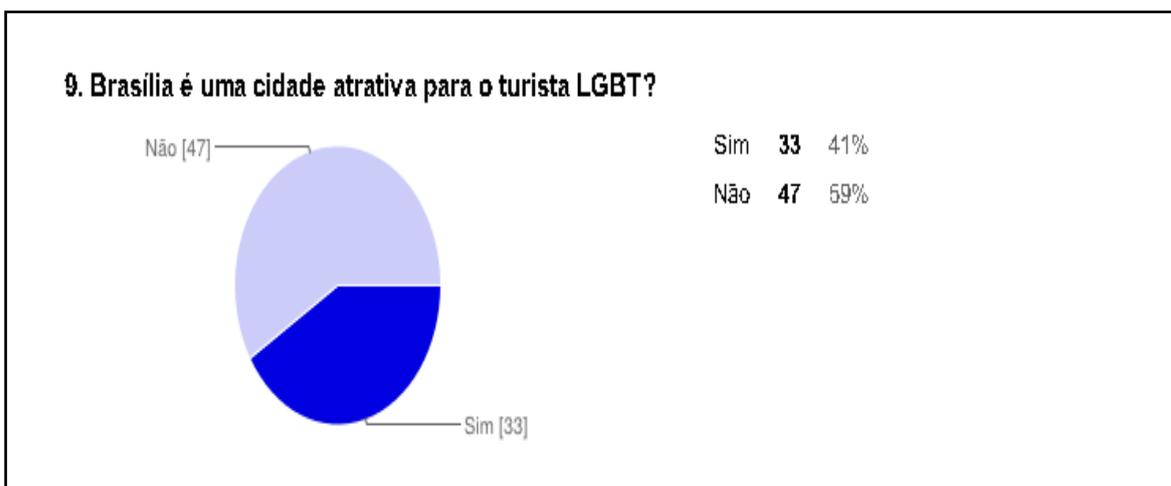
As respostas à questão de número cinco do questionário mostraram que a maioria dos respondentes (20) possui uma renda salarial mediana. Mas o segundo maior número dos respondentes (15) informou que possui uma renda alta. Entretanto, as duas maiores porcentagens de faixa salarial, correspondem a esse público que possui renda alta. Apenas cinco pessoas registraram que não possuem salário. Com relação a essas últimas pessoas, deve-se ressaltar que os questionários foram respondidos por alguns estudantes (informação prestada por pessoas que encaminharam os questionários), os quais ainda não possuem renda própria.

Gráfico 5 - Se é turista



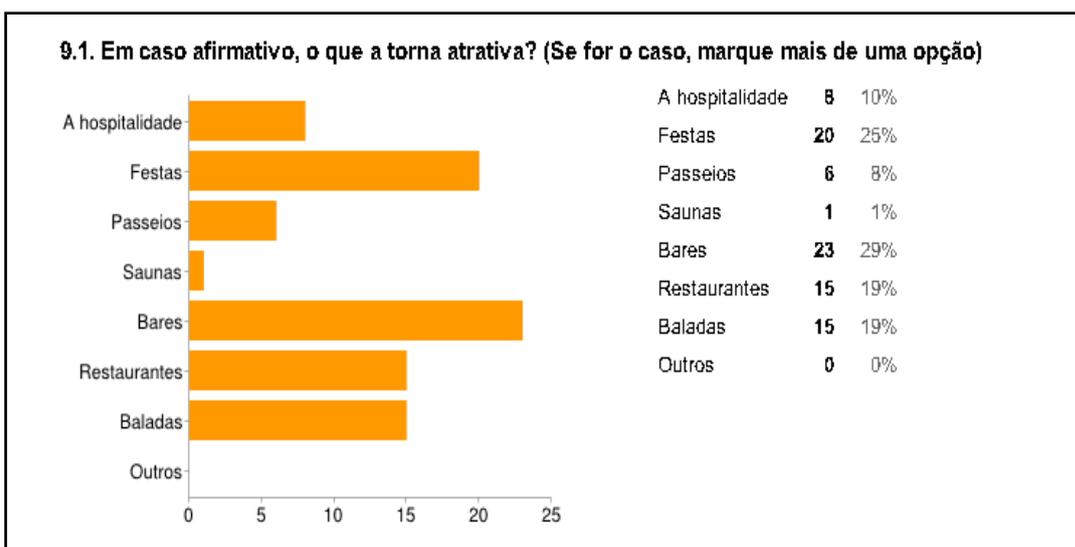
Fonte: dados da pesquisa

Quanto a esta questão de número sete, nota-se que houve alguns turistas respondentes e, dentre eles, a maioria indicou que veio a cidade a passeio, seguido por aqueles que vieram por outros motivos, como por exemplo, visitar amigos ou parentes.

Gráfico 6 – Brasília atrativa para turista LGBT

Fonte: dados da pesquisa

Com relação à pergunta de número nove, a maioria respondeu que não acha Brasília atrativa para o turista, embora a porcentagem daqueles que afirmaram que a cidade é atrativa, não tenha ficado muito distante dos que não acham.

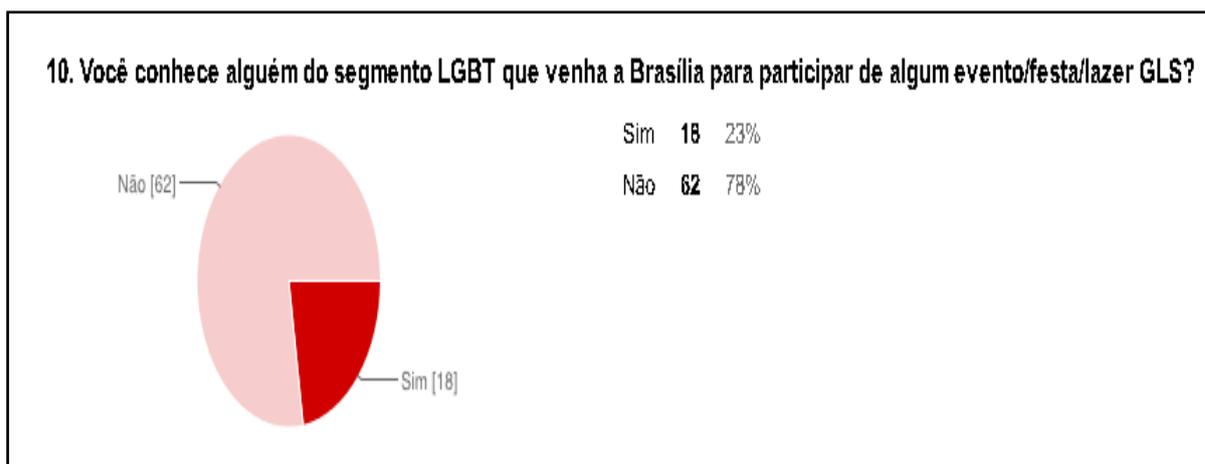
Gráfico 7 – O que torna a cidade atrativa para o turista LGBT

Fonte: dados da pesquisa

Nesta questão, de número 9.1, que está atrelada à de número nove, onde aqueles que disseram anteriormente ser a cidade atrativa deveriam informar o que a

torna mais atrativa para esse turista, a maioria (23 pessoas) respondeu que são os bares. Seguida por 20 pessoas que informaram serem as festas. As baladas e restaurantes ficaram empatadas, com 15 respostas para cada uma. A hospitalidade aparece em quarto lugar.

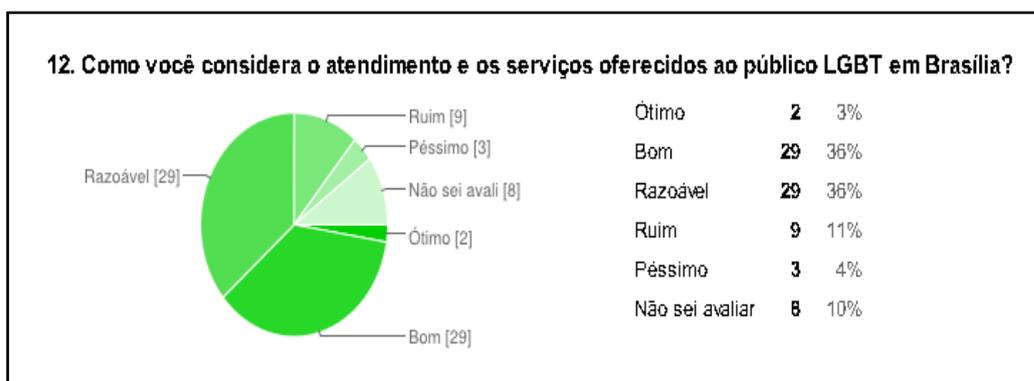
Gráfico 7 – Pessoas de fora que venham participar de eventos na cidade



Fonte: dados da pesquisa

As respostas à questão de número 10 do questionário mostrou que a maioria (62 pessoas) dos respondentes desconhece pessoas de fora que venham participar de eventos na cidade, enquanto o quantitativo daqueles que disseram conhecer foi bem inferior. No universo aqui analisado, nota-se que poucas pessoas costumam visitar Brasília para participar de algum evento específico para esse público.

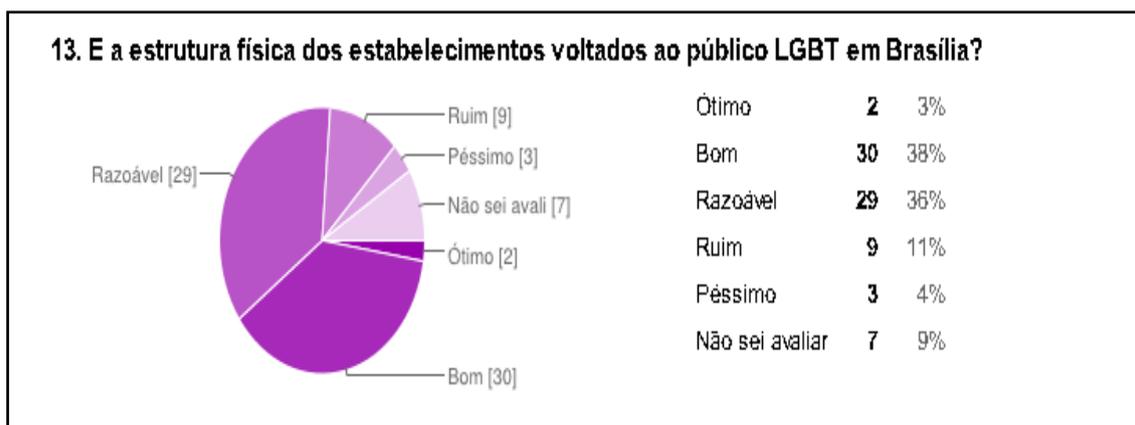
Gráfico 8 – Atendimento dos estabelecimentos para o público LGBT



Fonte: dados da pesquisa

Na questão de número 12 do questionário houve um empate entre aqueles que responderam bom (29 pessoas) e razoável (29 pessoas). Apenas duas pessoas afirmaram ser ótimo o atendimento. Entre aqueles que consideraram ruim ou péssimo, a porcentagem não foi significativa.

Gráfico 9 – Estrutura física dos estabelecimentos



Fonte: dados da pesquisa

Na questão de número 13 do questionário a maioria (30 pessoas) respondeu que considera boa a estrutura física dos estabelecimentos. Vinte e nove pessoas consideraram razoável. Apenas duas responderam ótimo. Portanto, a maioria acena que há necessidade de melhorias.

3.2 Entrevistas

No período de outubro a novembro de 2014 foram efetuadas 12 entrevistas, com pessoas envolvidas, de alguma maneira, com o público homossexual de Brasília, entre proprietários, gerentes, supervisor, diretor de produtos e destinos de empresa pública, e também com religiosos. Oito dessas entrevistas foram registradas por meio de gravação consentida pelos entrevistados, sendo três com gerentes de clubes/festas/casas noturnas (Victoria Haus; Velvet Pub; e, 5uinto), três com proprietários ou gerentes de bares/cafés/restaurantes (Café Savana; La Ursa; Balaio Café; e, Loca Como Tu Madre), e uma com a presidente/pastores da igreja inclusiva Comunidade Athos.

Outras três entrevistas ocorreram apenas em forma de conversa com anotações pontuais, em atenção ao solicitado pelos entrevistados, sendo uma com um promotor de festa mensal, consolidada na cidade (Festa Bagaço) e duas com gerente/supervisor de redes hoteleiras (Royal Tulip e Meliá). Houve duas entrevistas feitas por meio eletrônico: uma com promotor de festa mensal, também consolidada na cidade (Festa Mimosa) e outra com funcionário de empresa do governo (EMBRATUR). Esta última, evidentemente, apesar de não constar do Guia Gay de Brasília, envolvia o turismo LGBT na cidade.

Deve-se ressaltar que, apesar de inúmeras tentativas da pesquisadora, ao longo de sete meses de trabalho de campo, não foi possível entrevistar empresários ou gerentes de alguns restaurantes/festas/eventos atrativos ao público LGBT e que também constam da publicação do “Guia Gay Brasília”, em virtude de indisponibilidade de agenda dessas pessoas ou desinteresse na discussão do assunto aqui abordado.

Dentre as perguntas realizadas nas entrevistas, as respostas mais relevantes para esta pesquisa foram as das questões que se seguem: Questão 1) Seu estabelecimento é frequentado por turistas do segmento LGBT? E questão 2) Caso tenha turistas LGBT em seu estabelecimento, você possui dados acerca disso? Com relação a essas duas perguntas, todos os entrevistados afirmaram que seus estabelecimentos são frequentados por turistas do segmento LGBT, mas que eles não possuem dados acerca do quantitativo dessas pessoas. Dentre os entrevistados, cinco afirmaram ter noção da procedência desses turistas: Nordeste, Sudeste, Centro Oeste e estrangeiros de visita à cidade. Questão 4) Qual a média de gastos desse segmento em seu estabelecimento? A maioria respondeu que é igual a dos demais clientes. Apenas em dois estabelecimentos os entrevistados apontaram que era alto o consumo desse público. Questão 5) Você investe em seu estabelecimento para esse tipo de público? A maioria disse que não, alegando que investe para atender igualmente a todo tipo de pessoas, independente de sua orientação sexual. Apenas duas casas noturnas de show/festas/bar (Victoria Haus e Velvet Pub), dois restaurantes (Balaio Café e Café Savana) e um estabelecimento que promove festa mensal (Bagaço), de acordo com os entrevistados, investem para atrair esse público, além da igreja inclusiva (Comunidade Athos). Os que responderam pelas duas redes hoteleiras, ao serem questionados acerca do

tratamento destinado a casais homossexuais, afirmaram que treinam seus funcionários no sentido de não causar constrangimentos a esses hóspedes, os quais recebem o mesmo acolhimento oferecido às demais pessoas. Um estabelecimento de festa noturna semanal foi o único que claramente não quis vincular o local ao público LGBT e o entrevistado se mostrou desconfortável com algumas perguntas, apesar de admitir que o espaço é frequentado por homossexuais.

Durante a coleta de dados, nos locais visitados foram identificadas algumas ações pontuais no sentido de divulgação dos eventos voltados para esse público, como panfletos de festas em bares e restaurantes, o próprio Guia Gay que ficava disponível em local visível e venda de ingresso para conhecidas festas que ocorrem semanalmente na cidade. Em alguns estabelecimentos onde foram realizadas as entrevistas, percebeu-se que eram, primordialmente, frequentados por esse público, o qual mantinha uma integração amigável com os funcionários dos estabelecimentos e demais pessoas. Nesses estabelecimentos o público LGBT mostrou-se à vontade para exprimir sua sexualidade sem que houvesse constrangimentos. Essas observações mostram que há estabelecimentos considerados gay friendly em Brasília, que acolhem esse público, e conforme demonstrado nas respostas dos questionários a maioria dessa oferta são restaurantes.

Entretanto, pode-se notar a controvérsia entre o que a mídia local informa acerca da existência da oferta de lazer para o público LGBT, local e turista, além do interesse de empresários em investir nesse nicho para atrair essas pessoas e o que demonstram as respostas contidas nos questionários, onde a maioria afirma que não existem atrativos na cidade capazes de seduzir essas pessoas.

Quanto à Embratur, na entrevista realizada com seu representante, foi informada a intenção do Instituto Brasileiro de Turismo de, a partir deste ano (2015), divulgar a capital do país como um destino aprazível para esse segmento, o que pode ser considerado como uma ação afirmativa no intuito de atrair essas pessoas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O turismo LGBT no Brasil começou a ser visto como um nicho a partir das conquistas alcançadas pela comunidade homossexual, nos últimos anos do século XX, as quais oportunizaram a visibilidade para essas pessoas. A partir dessa visibilidade, o que antes era visto com muitas ressalvas e receio pelo mercado, passou a ser uma oportunidade de negócios.

Nesse sentido, Brasília que sempre atraiu turistas mais em função de sua arquitetura, turismo de negócios e cívico, começa a despontar no sentido de investir na e para a comunidade LGBT. A mídia vem divulgando, nos últimos anos, o interesse demonstrado por empresários e até pelo Governo Federal e Local em investir na melhoria do atendimento dessas pessoas, por considerar essa cidade aberta à diversidade.

Quanto à oferta turística para o público LGBT em Brasília identificou-se que do ponto de vista do empreendedor ela existe. Entretanto para o público final esse movimento pode ser considerado tímido ou mesmo inexistente, conforme ficou comprovado no universo analisado por meio de questionário. Essa contradição deve-se, possivelmente, pela fidelização dessas pessoas, pois frequentemente acontecem eventos simultâneos em locais distintos e todos com a presença desse público. Nesse contexto, em uma das entrevistas realizadas, na casa de show Victoria Hauss, a gerente do local informou que no dia em que ocorriam eventos simultâneos na cidade, a frequência do público não sofria grande alteração.

Atualmente Brasília, segundo o Guia Gay e o jornal local Correio Braziliense, possui uma média de 16 estabelecimentos para o público LGBT, entre bares, restaurantes e cafés. Além de oito locais de baladas e nove festas mensais. Possui também, seis saunas. Para uma cidade nova, com 54 anos de existência, sua oferta atual para esse público não pode ser comparada com urbes quatrocentonas como Rio de Janeiro, Salvador ou Recife, que possuem uma oferta bem maior e, segundo dados colhidos nessa pesquisa, bem melhor. Quanto a hospitalidade, a mídia propaga que muitos desses indivíduos visitam a cidade por considera-la acolhedora e menos preconceituosa. Deve-se ressaltar que uma das dificuldades encontradas durante esta pesquisa foi a ausência de dados oficiais que pudessem apontar o perfil do público homossexual em Brasília.

Quanto aos desafios do lazer e da hospitalidade, o turista que visita a cidade, de acordo com os resultados dos questionários e das entrevistas utilizadas para esta pesquisa, vem a passeio e costuma frequentar os locais constantes do roteiro gay da capital e consome bastante. Os dados coletados e que nortearam essa dissertação evidenciaram que a oferta de lazer para o turista LGBT em Brasília, existe. Que se trata de um público muito exigente e que gasta 30% a mais do que o turista heterossexual. A cidade acolhe bem esses indivíduos, apesar de existir preconceitos, mas a ocorrência é menor do que em outros locais. Também deve-se destacar a necessidade de capacitação de mão de obra no sentido de atender melhor esses cidadãos.

O turismo LGBT em Brasília, segundo dados desta pesquisa ainda é bastante tímido, seja pelos poucos anos de existência desta cidade, pela falta de mão de obra treinada para atender esse público e, principalmente, pela ausência de políticas públicas que promovam ações no sentido de conscientizar a sociedade para o acolhimento e respeito à diversidade sexual, além de efetivamente estimular a atração dessas pessoas para esta capital. Entretanto, deve-se notar que Brasília, desperta como uma cidade *gay friendly*, apesar de, ainda, enfrentar resistências, muitas vezes baseadas às intolerâncias referentes a orientação sexual ou identidade de gênero, explícitas ou veladas de alguns estabelecimentos, de locais de entretenimento e até do poder público.

REFERÊNCIAS

- ALVES, Patricia. O poder do pink money. *Isto é dinheiro*. Investidores. Disponível em: <www.istoedinheiro.com.br/noticias/120504_O+PODER+DO+PINK+MONEY>. Acesso em: 07 nov. 2013.
- AMORIM, Diego; VASCONCELOS, Bárbara. Atenção especial ao mercado gay. *Correio Braziliense*, Brasília, 26 nov. 2012. Caderno Cidades, Economia no DF, p. 30.
- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE GAYS, LÉSBICAS E TRANSGÊNEROS (ABGLT). *Manual de comunicação LGBT*. São Paulo: Ajir Artes Gráficas, 2010.
- BAUMAN, Zygmunt. *O amor líquido: sobre a fragilidade dos laços humanos*. Rio de Janeiro: Zahar, 2009.
- BERTRAND, Dominique. Convivência e exclusão. In: MONTANDON, Alain (Org.). *O livro da hospitalidade: acolhida do estrangeiro na história e nas culturas*. São Paulo: SENAC, 2011. p.1295-1302.
- BESSONE, Magali. Excluído e marginalizado. In: MONTANDON, Alain (Org.). *O livro da hospitalidade: acolhida do estrangeiro na história e nas culturas*. São Paulo: SENAC, 2011. p.1089-1102.
- BITTAR, Bernardo. Brasília destino gay-friendly. *Correio Braziliense*, Brasília, 13 jan. 2015. Caderno Cidades. 24.
- BONFANTI, Cristiane. Gays fazem a economia girar. *Correio Braziliense*, Brasília, 22 mar. 2011. Caderno Economia, p.19.
- BOURDIEU, Pierre. *A dominação masculina: a condição feminina e a violência simbólica*. Rio de Janeiro: Best Seller, 2014.
- BROTHERTON, Bob; WOOD, Roy C. Hospitalidade e administração da hospitalidade. In: LASHLEY, Conrad; MORRISSON, Alison (Org.) *Em busca da hospitalidade: perspectivas para um mundo globalizado*. Barueri: Manole, 2004. p. 1295-1302.
- BUENO, Maryelis Siqueira. Introdução. In: DENCKER, Ada de Freitas; BUENO, Marielys Siqueira (Org.). *Hospitalidade: cenários e oportunidades*. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003. p. 01-06.
- BUTLER, Judith. *O parentesco é sempre tido como heterossexual?* Cadernos Pagu (21). UNICAMP: 2003, pp -219-260. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/cpa/n21/n21a10.pdf>>. Acesso em: 14 abr. 2014.
- BUTLER, Judith. *Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.
- CAMARGO, Luiz Octávio de Lima. *Hospitalidade*. São Paulo: Aleph, 2004.

- CAMARGO, Luiz Octávio de Lima. O estudo da hospitalidade. In: MONTANDON, Alain (Org.) *O livro da hospitalidade: acolhida do estrangeiro na história e nas culturas*. São Paulo: SENAC, 2011. p.13-30.
- CAMARGO, Luiz Octávio de Lima. Os domínios da hospitalidade. In: DENCKER, Ada de Freitas; BUENO, Marielys Siqueira (Org.) *Hospitalidade: cenários e oportunidades*. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003. p. 07-28.
- CAMPBELL, Ulisses. Território livre. *Veja*, Brasília, Brasília, 19 fev. 2014. Comportamento, p. 29.
- CAMPBELL, Ullisses. Território livre. *Veja Brasília*, Brasília, 19 fev. 2014. Comportamento, p. 29 – 30- 32).
- CASTELLS, Manuel. *O poder da identidade*. 3. ed. São Paulo: Paz e Terra, 1999. v. 2.
- CELLARD, André. A análise documental. In: POUPART, Jean (Org.). *A pesquisa qualitativa: enfoques epistemológicos e metodológicos*. Petrópolis: Vozes, 2008. p.295-316.
- COHEN, Marina. *É um modismo, diz ativista LGBT sobre movimento dos g0ys*. 2014. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/sociedade/e-um-modismo-diz-ativista-lgbt-sobre-movimento-dos-g0ys-12223092>>. Acesso em: 22 jan. 2015.
- CONTAIFER, Juliana. Existe turismo na capital? *Correio Braziliense*, Brasília, 16 mar. 2014. Revista do Correio, 26-27.
- CRUZ, Rita de Cássia Ariza. Hospitalidade turística e fenômeno urbano no Brasil: considerações gerais. In: DIAS, Celia Maria de Moraes (Org.). *Hospitalidade: reflexões e perspectivas*. Barueri: Manole Ltda, 2002. p. 39-56.
- DENZIN, Norman K.; LINCOLN, Yvonna S. (Org.). *O planejamento da pesquisa qualitativa: teorias e abordagens*. 2. ed. Porto Alegre: Artmed, 2006. p.15-41.
- DERRIDA, Jacques. Da hospitalidade. In: DUFOURMANTELLE, Anne (Org.) *entrevista Convida Jacques Derrida a falar da hospitalidade*. São Paulo: Escuta, 2003. p. 05-135.
- DESLAURIERS, Jean-Pierre; KÉRISIT, Michèle. O delineamento de pesquisa qualitativa. In: POUPART, Jean (Org.). *A pesquisa qualitativa: enfoques epistemológicos e metodológicos*. Petrópolis: Vozes, 2008. p.127-153.
- DIAS, Celia Maria de Moraes. O modelo de hospitalidade do hotel paris ritz: um enfoque especial sobre a qualidade. In: DIAS, Celia Maria de Moraes (Org.). *Hospitalidade: reflexões e perspectivas*. Barueri: Manole, 2002. p. 97-129.
- DIAS, Maria Berenice. *Conversando sobre homoafetividade*. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2004.
- DIAS, Maria Berenice. *União homoafetiva: o preconceito & a justiça*. 5. ed. São Paulo: Revista dos tribunais, 2012.

DINIZ, Debora. Cura gay. *Correio Braziliense*, Brasília, 22 jun. 2013. Opinião, p. 17.

DISTRITO FEDERAL. Agência Brasília. *DF tem maior PIB per capita do Brasil*. Disponível em: <<http://www.df.gov.br/noticias/item/10499-df-tem-mais-pib-per-capita-do-brasil.html>> Acesso em: 19 fev. 2015.

DISTRITO FEDERAL. *Projeto de Lei Distrital nº 2.615, 26 de outubro de 2000*, de autoria da ex-deputada distrital Maninha. Determina sanções às práticas discriminadas em razão da orientação sexual das pessoas. Ainda não regulamentado. Disponível em: < www.abglt.org.br/port/leist2615.htm> Acesso em: 23 jul. 2013.

DONEDA, Denise. Apresentação. IN: ROSSI, Lilia (Org.). *Guia de Prevenção das DST/Aids e Cidadania para Homossexuais*. Ministério da Saúde Secretaria de Políticas de Saúde Coordenação Nacional de DST e Aids. Setembro 2002. Disponível em: <<http://bvsms.saude.gov.br/bvs/publicacoes/manHSH01.pdf>> Acesso em: 20 jan. 2015.

DUARTE, Jorge. Entrevista em profundidade. In: DUARTE, Jorge (Org.). *Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação*. São Paulo: Atlas, 2005. p.62-83.

ERIBON, Didier. *Reflexões sobre a questão gay*. Rio de Janeiro: Companhia de Freud, 2008.

FILGUEIRAS, Maria Lúcia. Mudança da sigla GLBT para LGBT divide comunidade. Disponível em: <[ttp://g1.globo.com/Noticias/Rio/0,MUL597188-5606,00MUDANCA+DE+SIGLA+DE+GLBT+PARA+LGBT+DIVIDE+COMUNIDADE+GAY.html](http://g1.globo.com/Noticias/Rio/0,MUL597188-5606,00MUDANCA+DE+SIGLA+DE+GLBT+PARA+LGBT+DIVIDE+COMUNIDADE+GAY.html)> Acesso em: 22 jul. 2013.

FOUCAULT, Michel. *História da sexualidade: a vontade de saber*. 18. ed. São Paulo: Graal, 2007. v. 1.

FOUCAULT, Michel. *Da amizade como modo de vida*. (entrevista). Disponível em: <psicanalise/acaniana.blogspot.com.br/2009/08/da-amizade-como-modo-de-vida.html> Acesso em: 10 jan. 2015.

GAMSON, Joshua. As sexualidades, a teoria queer e a pesquisa qualitativa. In: DENZIN, Norman K.; LINCOLN, Yvonna S. (Org.). *O planejamento da pesquisa qualitativa: teorias e abordagens*. 2. ed. Porto Alegre: Artmed, 2006. p. 345-362.

GRASSI, Marie-Claire. Transpor a soleira. In: MONTANDON, Alain (Org.) *O livro da hospitalidade: acolhida do estrangeiro na história e nas culturas*. São Paulo: SENAC, 2011. p. 45-53.

GRASSI, Marie-Claire. Do albergue ao hotel. In: MONTANDON, Alain (Org.). *O livro da hospitalidade: acolhida do estrangeiro na história e nas culturas*. São Paulo: SENAC, 2011. p. 533-539.

GUERRA, Agatha Rita Dorotéia Tavares. *Turismo homossexual no Brasil: um segmento em expansão*. 2002. 58 f. Monografia (Lato Sensu)-Centro de Excelência em Turismo, Universidade de Brasília, Brasília, 2002.

GUERRA, Agatha Rita Dorotéia Tavares. *Conjugalidade, parentalidade, regulação da cidadania e direitos humanos de lésbicas, gays e transgêneros no Brasil*. Cenário – Centro de Excelência em Turismo da Universidade de Brasília, v. 1, n.1 (2013) – Brasília.

HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. 11. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

HETERO goy. *O que é um hétero gØy*. 2014. Disponível em: <<http://heterogoy.webnode.com/o-que-e-um-hetero-g%C3%B8y/>>. Acesso: em 20 jan. 2015.

KRIPPENDORF, Jost. *Sociologia do turismo: para uma nova compreensão do lazer e das viagens*. 3. ed. São Paulo: Aleph, 2001.

LACERDA, Maryna; BERNARDES, Adriana. Diversão em todas as cores. *Correio Braziliense*, Brasília, 09 jun. 2013. Caderno Cidades + Política e Economia no DF, 23.

LACERDA, Maryna; BERNARDES, Adriana. Mercado caro em ascensão. *Correio Braziliense*, Brasília, 09 jun. 2013. Caderno Cidades, 24.

LASHLEY, Conrad. Para um entendimento teórico. In: LASHLEY, Conrad; MORRISON, Alison (Org.). *Em busca da hospitalidade: perspectivas para um mundo globalizado*. Barueri: Manole, 2004. p. 01-24.

LOCKWOOD, Andrew. Administração das operações de hospitalidade. In: LASHLEY, Conrad; MORRISON, Alison (Org.). *Em busca da hospitalidade: perspectivas para um mundo globalizado*. Barueri: Manole, 2004. p.223-249.

LUCAS, Thiago. Brasília muito mais diversidade. *Via G*. São Paulo: Via G Ltda, 2010.

MACRAE, Edward. *A construção da Igualdade*. Campinas: UNICAMP, 1990.

MAFFESOLI, Michel. *Sobre o nomadismo: vagabundagens pós-modernas*. São Paulo: Record, 2001.

MAFESSOLI, Michel. *O tempo das tribos: o declínio do individualismo nas sociedades de massa*. 5. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2014.

MAUSS, Marcel. *Ensaio sobre a dádiva*. Lisboa: Edições 70, 2001.

MOESCH, Marutschka. *A produção do saber turístico*. São Paulo: Contexto, 2002.

MOLINA, Sergio. *Turismo metodologia e planejamento*. Bauru: Edusc, 2005.

MONTANDON, Alain. Espelhos da hospitalidade. IN: MONTANDON, Alain (Org.). *O livro da hospitalidade: acolhida do estrangeiro na história e nas culturas*. São Paulo: SENAC, 2011. p.31-37.

MOTT, Luiz. *HSH um conceito equivocado e homofóbico que perpetua a conspiração do silêncio contra o "amor que não ousava dizer o nome*. 2001. Disponível em: <<http://www.dhnet.org.br/direitos/militantes/luizmott/mott3.html>>. Acesso em: 20 jan. 2015.

MOTT, Luiz. *Crônicas de um gay assumido*. Rio de Janeiro: Record, 2003.

NAVARRO, Regina. *A bissexualidade no futuro*. Disponível em <<http://reginanavarro.blogosfera.uol.com.br/2014/05/27/a-bissexualidade-no-futuro/>>. 2014. Acesso em: 20 jan. 2015.

OLIVEIRA, Luciano Amaral. *Turismo para gays e lésbicas: uma viagem reflexiva*. São Paulo: Roca, 2002.

OLIVEIRA, Maria Marly de. *Como fazer pesquisa qualitativa*. 5. ed. Petrópolis: Vozes, 2013.

OLIVEIRA, Regis Fernandes de. *Homossexualidade: análises mitológica, religiosa, filosófica e jurídica*. 2. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2013.

PAROU TUDO. Roteiro GLS DF. Disponível em: < <http://paroutudo.com/roteiro-gls/>> Acesso em: 10 jan. 2015.

PLATÃO. *O banquete: ou do amor*. 9. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1999.

PRADO, Marco Aurélio Máximo; MACHADO, Frederico Viana. *Preconceito contra a homossexualidades: a hierarquia da invisibilidade*. São Paulo: Cortaz, 2008.

PÉRET, Flávia. *Imprensa gay no Brasil: entre a militância e o consumo*. São Paulo: Publifolha, 2011.

REINAUDO, Franco; BACELLAR, Laura. *O mercado g/s: como obter sucesso com o segmento de maior potencial da atualidade*. São Paulo: Ideia&Ação, 2008.

RIOS, Mariana. As cores do arco-íris. *Correio Braziliense*, Brasília, 21 abr. 2012. Caderno Especial Brasília 52 anos, 29.

ROUGHARDEN, Joan. *Evolução do gênero e da sexualidade*. Londrina: Planta, 2005.

SAFFIOTI, Heleieth Iara Bongiovani. *Gênero, patriarcado, violência*. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2004.

SCOTT, Joan. *Gênero: Uma categoria útil para análise histórica*. New York: Columbia University Press, 1989. Disponível em: <http://disciplinas.stoa.usp.br/pluginfile.php/185058/mod_resource/content/2/G%C3%A0neros-Joan%20Scott.pdf>. Acesso em: 03 mar. 2013.

SEFFNER, Fernando. Identidade de gênero, orientação sexual e vulnerabilidade social: pensando algumas situações brasileiras. In: VENTURI, Gustavo; BOKANY, Vilma (Org.). *Diversidade sexual e homofobia no Brasil*. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2011. p. 38-50.

SELWYN, Tom. Uma antropologia da hospitalidade. In: LASHLEY, Conrad; MORRISON, Alison (Org.). *Em busca da hospitalidade: perspectivas para um mundo globalizado*. Barueri: Manole, 2004. p.25-52.

SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM COMERCIAL (SENAC). *Nota da edição brasileira*. São Paulo: SENAC, 2011.

SIGNIFICADOS. com. br. Significado de tolerância. Disponível em: <<http://www.significados.com.br/tolerancia/>>. Acesso em: 15 abr. 2014.

SIGNIFICADOS. com. br. Significado de gênero. Disponível em: <<http://www.significados.com.br/genero/>> Acesso em: 10 mar. 2015.

SILVA JUNIOR, Assis Moreira. *Diversidade sexual e inclusão social: uma tarefa a ser completada*. Franca: Lmeos e Cruz, 2014.

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

SOUSA, Isa. Mercado é cego para potencial de consumo do público LGBT. *Exame.com*. Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/marketing/noticias/mercado-e-cego-para-potencial-de-consumo-do-publico-lgbt>>. Acesso em: 19 fev. 2015.

SUPOSTA “cura gay” provoca polêmica. *Correio Braziliense*, Brasília, 24 jan. 2015. Caderno Cidades, p. 21.

TREVISAN, José Silvério. Turismo e orientação sexual. In: BRASIL. Ministério do Turismo (Org.). *Turismo social: diálogos do turismo, uma viagem de inclusão*. Rio de Janeiro: IBAM, 2006. p.139-177.

TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi. Ascensão do prazer na sociedade atual: turismo GLS. In: NETTO, Alexandre Panosso; ANSARAH, Marília Gomes dos Reis (Org.). *Segmentação do mercado turístico: estudos, produtos e perspectivas*. Barueri: Manole, 2009. p.141-163.

TRIVIÑOS, Augusto Nivaldo Silva. *Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação*. São Paulo: Atlas, 1987.

VASCONCELOS, Bárbara; AMORIM, Diego. A força do consumo gay. *Correio Braziliense*, Brasília, 25 nov. 2012. Caderno Cidades + Política e Economia no DF, p. 29.

VASCONCELOS, Bárbara; AMORIM, Diego. Cena LGBT impulsiona lucro. *Correio Braziliense*, Brasília, 25 nov. 2012. Caderno Cidades, p. 31.

VOLTAIRE. *Tratado sobre a tolerância*. Porto Alegre: L&PM Pocket, 2008.

WALTON, John K. O negócio da hospitalidade: uma história social. In: LASHLEY, Conrad; MORRISON, Alison (Org.). *Em busca da hospitalidade: perspectivas para um mundo globalizado*. Barueri: Manole, 2004. p. 79-109.

WIKIPÉDIA. A Enciclopédia Livre. Disponível em:
<http://pt.wikipedia.org/wiki/heteronormatividade>. Acesso em 28 abr. 2014.

WIKIQUOTE. Disponível em: <http://pt.wikiquote.org/wiki/Voltaire>. Acesso em: 14 abr. 2014.

APÊNDICE A - ROTEIRO DE ENTREVISTAS PARA OS ESTABELECIMENTOS

A fim de subsidiar pesquisa de mestrado em turismo da Universidade de Brasília (**UnB**), cujo tema é **o turismo LGBT em Brasília**, solicito a gentileza de responder ao questionário abaixo.

- 1) Seu estabelecimento é frequentado por turistas do segmento LGBT?
() Sim () Não

 - 2) Caso tenha turistas LGBT em seu estabelecimento, você possui dados acerca disso? () Sim. Quais? _____
() Não.

 - 3) Sabe qual a procedência desses turistas? () Sim. _____

() Não

 - 4) Qual a média de gastos desse segmento em seu estabelecimento?

 - 5) Você investe em seu estabelecimento para esse tipo de público?
() Sim. Como? _____

() Não.

 - 6) Você está disposto(a) a investir para atrair esse segmento?
() Sim. Como? _____
() Não

 - 7) A copa do mundo de futebol no Brasil trouxe mais turistas LGBT ao seu estabelecimento?
() Sim. Quantos em média? _____ () Não

 - 8) Espaço livre para suas críticas e sugestões acerca de Brasília e a oferta de lazer para o segmento LGBT. _____**

-

APÊNDICE B – Questionário Experimental (IMPRESSO)

A fim de subsidiar pesquisa de mestrado em turismo da Universidade de Brasília (UnB), cujo tema é o turismo LGBT em Brasília, solicito a gentileza de responder ao questionário abaixo. Obrigada

1) Você reside em Brasília?

Sim.

Não. Moro na cidade/UF _____

2) Qual é a sua idade? _____

3) Você é do sexo Masculino Feminino

4) Se reside fora de Brasília qual o motivo que o(a) trouxe a esta cidade?

passeio negócios estudos outro _____

5) Brasília possui algum atrativo específico que o(a) tenha atraído?

Sim, qual? _____ Não.

6) Se você reside em Brasília, o que acha que a cidade oferece de interessante para o turista LGBT?

Bares restaurantes baladas saunas festas compras

passeios outro _____

7) Você conhece alguém do segmento LGBT que venha para Brasília para participar de algum evento/festa/lazer GLS?

Sim, Qual tipo de evento? _____

Não conheço.

APÊNDICE C – QUESTIONÁRIO FINAL ON LINE**Participe da pesquisa: O Turismo LGBT em Brasília**

A fim de subsidiar pesquisa da Universidade de Brasília (UnB), sobre turismo LGBT em Brasília, solicito a gentileza de responder ao questionário abaixo.

***Obrigatório**

1. Sexo *

- Feminino
- Masculino

2. Qual é sua orientação sexual? *

- Lésbica
- Gay
- Bissexual
- Travesti
- Transexual
- Heterossexual

3. Qual sua idade? ***4. Grau de escolaridade: ***

- Nível Fundamental
- Ensino Médio
- Nível Superior
- Especialização
- Mestrado
- Doutorado

5. Qual sua renda mensal? *

- Nenhuma renda
- Até 1 salário (até R\$ 724,00)
- De 1 a 3 salários (de R\$ 724,01 até R\$ 2.172,00)
- De 3 a 6 salários (de R\$ 2.172,01 até R\$ 4.344,00)
- De 6 a 9 salários (de R\$ 4.344,01 até R\$ 6.516,00)
- De 9 a 12 salários (de R\$ 6.516,01 até R\$ 8.688,00)
- De 12 a 15 salários (de R\$ 8.688,01 até R\$ 10.860,00)
- Mais de 15 salários (mais de R\$ 10.860,01)

6. Cidade onde reside: ***7. Se você é turista, o que o (a) traz a Brasília?**

- Passeio
- Negócios
- Estudos
- Outro:

8. Se é turista, qual meio de transporte que mais utiliza em Brasília? (Se for o caso, marque mais de uma opção)

- Carro
- Táxi
- Metrô
- Ônibus

9. Brasília é uma cidade atrativa para o turista LGBT? *

- Sim
- Não

9.1. Em caso afirmativo, o que a torna atrativa? (Se for o caso, marque mais de uma opção)

- A hospitalidade
- Festas
- Passeios
- Saunas
- Bares
- Restaurantes
- Baladas
- Outro:

10. Você conhece alguém do segmento LGBT que venha a Brasília para participar de algum evento/festa/lazer GLS? *

- Sim
- Não

10.1. Em caso afirmativo, qual?

11. Você conhece lugar(es) em Brasília voltado(s) ao público LGBT? *

- Sim
- Não

11.1. Em caso afirmativo, qual?

12. Como você considera o atendimento e os serviços oferecidos ao público LGBT em Brasília? *

- Ótimo
- Bom
- Razoável
- Ruim
- Péssimo
- Não sei avaliar

13. E a estrutura física dos estabelecimentos voltados ao público LGBT em Brasília? *

- Ótimo
- Bom
- Razoável
- Ruim
- Péssimo
- Não sei avaliar

14. Espaço livre para suas críticas e sugestões sobre Brasília e a oferta de lazer para o segmento LGBT.