



UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO – UFOP

RANNÁH CRISTINA BARBOSA D'CONCEIÇÃO

**A RECEPTIVIDADE DO PÚBLICO LGBTQIA+ NO TURISMO DE OURO
PRETO (MG)**

OURO PRETO – MG
2023

RANNÁH CRISTINA BARBOSA D'CONCEIÇÃO

**A RECEPTIVIDADE DO PÚBLICO LGBTQIA+ NO TURISMO EM
OURO PRETO (MG)**

Monografia apresentada ao Curso de Turismo da Universidade Federal de Ouro preto como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Turismo pela UFOP.

Orientador: Prof. Dr. Leandro Beneditini Brusadin

Ouro Preto – MG
2023

SISBIN - SISTEMA DE BIBLIOTECAS E INFORMAÇÃO

D277r Dconceicao, Rannah Cristina Barbosa.
A receptividade do público LGBTQIA+ no turismo de Ouro Preto (MG).
[manuscrito] / Rannah Cristina Barbosa Dconceicao. - 2023.
53 f.: il.: color., tab., mapa.

Orientador: Prof. Dr. Leandro Benedini Brusadin.
Monografia (Bacharelado). Universidade Federal de Ouro Preto.
Escola de Direito, Turismo e Museologia. Graduação em Turismo .

1. Minorias sexuais - LGBTQIA+. 2. Hotéis - Administração. 3.
Turismo. 4. Ouro Preto (MG). I. Brusadin, Leandro Benedini. II.
Universidade Federal de Ouro Preto. III. Título.

CDU 338.48

Bibliotecário(a) Responsável: Maristela Sanches Lima Mesquita - CRB-1716



FOLHA DE APROVAÇÃO

Rannáh Cristina Barbosa d'Conceição

A receptividade do público LGBTQIA+ no turismo de Ouro Preto (MG)

Monografia apresentada ao Curso de Turismo da Universidade Federal de Ouro Preto como requisito parcial para obtenção do título de bacharel em Turismo.

Aprovada em 23 de março de 2023

Membros da banca

Doutor - Leandro Benedini Brusadin - Orientador - Universidade Federal de Ouro Preto

Doutora - Kerley dos Santos Alves - Universidade Federal de Ouro Preto

Doutora - Luana Melo e Silva- Universidade Federal de Ouro Preto

Leandro Benedini Brusadin, orientador do trabalho, aprovou a versão final e autorizou seu depósito na Biblioteca Digital de Trabalhos de Conclusão de Curso da UFOP em 23 de março de 2023



Documento assinado eletronicamente por **Leandro Benedini Brusadin, PROFESSOR DE MAGISTERIO SUPERIOR**, em 03/04/2023, às 15:56, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site http://sei.ufop.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **0503379** e o código CRC **3F23CCE3**.

Dedico este trabalho à minha família, amigos, professores e técnicos que tornaram a minha graduação possível de ser concluída.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente agradeço a Deus pelo dom da vida e por me dar força, sabedoria e discernimento para que eu pudesse traçar essa trajetória acadêmica da melhor forma possível. À minha mãe Cláudia e ao meu pai Ronald por incentivarem a seguir meus passos de acordo com os caminhos que decidi trilhar mantendo os valores que me ensinaram desde criança.

Aos meus amigos de trajetória ufopiana (e além disso) que sempre foram meu suporte e alento durante os 4 anos de estudos. Agradeço em especial a Bruna, que desde o segundo ano da graduação me apoiou, sonhou meus sonhos e concretiza um deles comigo através deste trabalho.

Agradeço aos funcionários e técnicos do Departamento de Turismo e da UFOP pelos momentos inenarráveis que aproveitamos juntos, aos professores que fizeram parte da minha formação, tornando tudo possível, principalmente ao meu orientador Professor Dr. Leandro Benedini Brusadin, por abraçar as minhas ideias e me fazer acreditar que esse sonho era possível, me proporcionando ainda mais sabedoria e conhecimento além das salas de aula.

À banca examinadora a minha gratidão por aceitarem finalizar essa página da minha história comigo. Espero encontrá-los em breve!

*“porque o amor existe pra te
provar que seu sistema não
falhou.”*

*Igor Pires, no livro *Textos Cruéis Demais Para
Serem Lidos Rapidamente* (2017)*

RESUMO

O fenômeno do Turismo abrange diversos escopos, dentre eles, transporte, hotelaria e alimentação, movimentando o comércio local, gerando assim, emprego e renda. O objetivo deste trabalho foi buscar conhecer e entender como os turistas e visitantes da comunidade LGBTQIA+ são recebidos pelos meios de hospedagem da cidade de Ouro Preto e se esses estabelecimentos mantêm uma postura análoga ou contrária a da Prefeitura Municipal de Ouro Preto. Para isso, foi aplicado um roteiro semi-estruturado, elaborado em cinco perguntas, em cinco meios de hospedagem do centro histórico de Ouro Preto, em um raio de 213,45m a partir da Praça Tiradentes. Pôde ser notado a partir da análise das respostas que os estabelecimentos comerciais de hotelaria têm receio de se adequarem a esse público, desde a preparação de seus funcionários até o marketing para divulgação do destino, uma vez que 100% dos estabelecimentos entrevistados não oferecem treinamento para os funcionários e nem mesmo fazem algum tipo de divulgação que tenha como público alvo a comunidade LGBT, o que leva a crença de que vê-se que os estabelecimentos hoteleiros de Ouro Preto necessitam propor aos seus funcionários qualificação e instrução de como devem se comportar com clientes da comunidade LGBT.

Palavras-chave: Receptividade; LGBTQIA+; Hotelaria; Turismo; Ouro Preto.

ABSTRACT

The phenomenon of Tourism covers several scopes, among them, transport, hotels and food, moving local commerce, thus generating employment and income. The objective of this work was to seek to know and understand how tourists and visitors from the LGBTQIA+ community are received by means of accommodation in the city of Ouro Preto and if these establishments maintain an analogous or contrary posture to that of the Municipality of Ouro Preto. For this, a semi-structured script was applied, elaborated in five questions, in five accommodation facilities in the historic center of Ouro Preto, within a radius of 213.45 m from Praça Tiradentes. It could be noticed from the analysis of the responses that the commercial establishments of hospitality are afraid of adapting to this public, from the preparation of their employees to the marketing for publicizing the destination, since 100% of the establishments interviewed do not offer training for employees and do not even make any kind of disclosure that has the LGBT community as a target audience, which leads to the belief that it is seen that the hotels in Ouro Preto need to propose to their employees qualification and instruction on how they should behave with customers from the LGBT community.

Keywords: Receptivity; LGBTQIA+; Hospitality; Tourism; Ouro Preto.

LISTA DE ABREVIações E SIGLAS

LGBTQIA+: Lésbicas, Gays, Bissexuais, Transgêneros, Travestis, Queer, Intersexuais, Assexuais, Panssexuais e outros	12
LGBT: Lésbicas, Gays, Bissexuais, Transgêneros e Travestis	12
OMT: Organização Mundial do Turismo	14
PIB: Produto Interno Bruto	15
UNESCO: Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura	20
SPHAN: Serviço do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional	21
UFOP: Universidade Federal de Ouro Preto	23
POC: Papear, Ouvir e Conscientizar	26
PRACE: Pró Reitoria de Assuntos Comunitários e Estudantis	27

LISTA DE IMAGENS

Imagem 1: Representação do Turismo	14
Imagem 2: Tiradentes, Minas Gerais	18
Imagem 3: Igreja Matriz de Santo Antônio – Tiradentes	19
Imagem 4: Frio em Ouro Preto	24
Imagem 5: Divulgação do projeto Vamos Falar DisSo?	27
Imagem 6: Carnaval Universitário, bloco Cabrobró 2019	28
Imagem 7: Carnaval de rua na Praça Tiradentes, 2018	29
Imagem 8: Registro fotográfico da reunião sobre os projetos para a população LGBT	32
Imagem 9: Registro dos vereadores ao final da 35ª reunião ordinária da Câmara	33
Imagem 10: Concentração da Parada LGBTQAP+ em Ouro Preto	34
Imagem 11: Prefeito Ângelo Oswaldo e a vice-prefeita Regina Braga com o documento de criação do Conselho Municipal dos Direitos da População LGBTQIA.....	34
Imagem 12: Publicação do dia dos namorados da Prefeitura de Ouro Preto	35
Imagem 13: Programação da inscrição e escolha da Rainha da Diversidade LGBTQIAP	36
Imagem 14: Área definida no mapa do raio abrangente da pesquisa	38
Imagem 15: Recorte do site destinado ao público LGBT da rede de hotéis Accor45

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Respostas da primeira pergunta	39
Quadro 2: Respostas da segunda pergunta	40
Quadro 3: Respostas da terceira pergunta	40
Quadro 4: Respostas da quarta pergunta	41
Quadro 5: Respostas da quinta pergunta	42

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	11
1. Hospitalidade em destinos Turísticos	14
1.1 As cidades coloniais mineiras e o que elas representam para o Turismo	17
1.2 A Hospitalidade no Turismo da cidade de Ouro Preto – MG	20
2. Turismo LGBTQIA+ em Ouro Preto-MG	25
2.1. A relação social entre a cidade de Ouro Preto e a comunidade LGBT	26
2.2. A relação política do município de Ouro Preto e o público LGBT	31
3. Uma investigação em meios de hospedagem do centro de Ouro Preto a respeito da receptividade do público LGBTQIA+	37
3.1 Metodologia aplicada na pesquisa	38
3.2 Acolhida ou receio: uma linha tênue no mercado hoteleiro de Ouro Preto (MG)	40
CONSIDERAÇÕES FINAIS	46
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	49
APÊNDICE	53

INTRODUÇÃO

O fenômeno do Turismo é visto como o deslocamento de pessoas que saem de seus domicílios para visitar, conhecer, viver demais culturas além das que elas estão automaticamente inseridas. O turismo, de certo modo, é um instrumento (necessita manuseio) que facilita o deslocamento humano, ou seja, pressupõe coordenação de algumas atividades, tais como hospedagem, refeições e entretenimento, para que o evento turístico ocorra. (SAMPAIO, 2007) Além disso, esse acontecimento pode ser dividido em nichos específicos de acordo com o interesse de cada pessoa ao se deslocar para outra localidade.

A exploração da atividade do turismo é formada por um amplo e diversificado conjunto de atividades econômicas e sociais, pois, o turismo gera empregos, produz renda, financia infra-estrutura (estradas, transportes, etc.), melhora as condições de vida, eleva a autoconfiança da população local. (SOARES, 2006)

Para incentivar e investir no turismo é necessário entender a sua importância mediante os setores da sociedade, principalmente o setor comercial. Entender o turista como um consumidor dos produtos e serviços da localidade é crucial para que esse investimento seja feito da maneira correta, e que se torne um atrativo para que o turista se encante e possivelmente volte. Sendo assim, Boavida (2012) afirma que “Os comportamentos adotados são passíveis de transformar o seu papel, tomando em si a função de participantes na própria experiência turística, gerando uma experiência partilhada, global e determinante para afirmar e diferenciar a própria imagem do destino, incrementando a sua capacidade de retenção [...] o fomento da experiência turística partilhada é essencial para incrementar a hospitalidade do destino, equacionando assim um interesse acrescido em torno do consequente aumento da capacidade de retenção da localidade”.

De acordo com o site Significados, a hospitalidade é o ato de hospedar, ou seja, receber e cuidar de alguém que pertença a um ambiente diferente do anfitrião (pessoa que concede hospedagem). Para De Lima Camargo (2015), a hospitalidade pode ser dividida em relação humana, virtude, ritual e troca. A hospitalidade como virtude, aqui abordada, é colocada, pelo autor citado, “dentro de uma árvore léxica recheada de termos como solidariedade, altruísmo, caridade, amor.”

O presente trabalho foi elaborado no período de junho de 2022 a março de 2023 e tem como objetivo buscar conhecer e entender como os turistas e visitantes

da comunidade LGBTQIA+ são recebidos pelos meios de hospedagem da cidade de Ouro Preto e se esses estabelecimentos mantêm uma postura contrária a da Prefeitura Municipal de Ouro Preto. A pesquisa teve origem na observação não participante da autora da necessidade e incidência de pessoas LGBT para com o comércio de hospedaria da cidade de Ouro Preto - MG, como os estabelecimentos deveriam teoricamente se comportar para atrair e receber bem o público da comunidade supracitada, assim como se recebe qualquer outro público.

É primordial receber os visitantes com atenção, demonstrar-lhes que o local tem interesse em sua presença e que está preparado para recebê-los. (DALPIAZ, 2010). Dessa forma, independentemente do público alvo é importante demonstrar cuidado e afeto para com o turista, já que o mesmo busca ali seu descanso no meio de suas viagens.

Louro (2019) em sua dissertação de mestrado abordou sobre a preparação do setor hoteleiro para a recepção de hóspedes com necessidades, e uma de suas conclusões foi que:

Apesar de a formação ser bastante importante para a preparação dos funcionários do hotel na percepção das necessidades de cada hóspede, e para a adaptação às mesmas, assim como para a adaptação do próprio hotel, às vezes basta a sensibilidade das pessoas e a vontade de satisfazer as necessidades dos hóspedes. (LOURO, 2019, p. 58)

Além da preparação da força de trabalho, o destino turístico, por sua vez, deve apresentar desde a facilitação (ingresso, permanência, deslocamentos internos e saída dos visitantes), passando pelo desenvolvimento da infraestrutura (rodovias, portos, aeroportos, obras viárias, saneamento, energia, equipamentos sociais), os transportes e comunicações, a educação e capacitação dos colaboradores do destino, até a prestação de serviços (alojamentos hoteleiros, transportadores, restaurantes e similares, diversão e entretenimento, agências de viagens e locadoras) adequados. (CASTRO NETTO; PIMENTEL, 2011)

No primeiro capítulo é abordada a visão geral do tema contido na pesquisa, discussões e falas a respeito do que envolve o fenômeno do Turismo em si, a fim de embasar teoricamente a tese, estruturando a interlocução de autores e também entra no âmbito do turismo em cidades coloniais mineiras, com foco na cidade de Ouro Preto (MG).

A relação entre o turismo e a cidade histórica não é estática; e em situações ideais as atrações inerentes às cidades históricas são a base sobre as quais a oferta

e a atividade podem desenvolver-se de uma forma simbiótica. Isto reflete a mudança de percepção do património e da cultura, que deixou de ser baseada apenas nas estruturas físicas dos grandes monumentos, arquiteturas e artes (Human, 2008).

No segundo capítulo, a relação do turismo com a cidade de Ouro Preto é aperfeiçoada dando enfoque total aos turistas LGBT e a cidade em foco de modo socialmente falando, e também com a política relacionada a prefeitura e a Secretaria de Cultura e Turismo do município.

É de se esperar que todos se sintam acolhidos e respeitados em todos os locais em que se dispuseram a ir, porém, é de conhecimento da grande maioria das pessoas que o preconceito - a homofobia é um dos principais - ainda é uma prática eminente entre os mais conservadores e religiosos, e a cidade de Ouro Preto é, no senso comum, conservadora e religiosa.

Já no terceiro capítulo é exposta a metodologia utilizada para a realização da pesquisa de campo, bem como os resultados adquiridos na análise das respostas dos estabelecimentos em que foram aplicados o roteiro semi-estruturado, abordando o comportamento de tais e colocando a título de comparação as questões respondidas com o posicionamento do órgão público da cidade.

Por fim, as considerações finais trazem de volta os conceitos teóricos discutidos ao longo do trabalho e, além disso, dão ênfase ao posicionamento apontado no terceiro capítulo, sendo possível atribuir o conhecimento aplicado aos demais capítulos aos resultados da pesquisa de campo aplicada nos estabelecimentos.

1. Hospitalidade em destinos Turísticos

O presente capítulo abordará a respeito da hospitalidade em destinos turísticos, iniciando com uma visão geral sobre o que é o Turismo. Este fenômeno é o conjunto que engloba as viagens de pessoas para outras localidades diferentes de onde elas vivem, as atividades que elas realizam nos locais de destino, bem como suas despesas. O turismo enquanto atividade econômica integra o setor terciário, e apresenta crescimento expressivo em todo o mundo.

Imagem 1: Representação do Turismo



Fonte: <https://mundoeducacao.uol.com.br/geografia/turismo.htm>

A Organização Mundial do Turismo - OMT , define turismo como “um fenômeno de aspecto social, cultural e econômico diretamente relacionado com o deslocamento de pessoas para lugares fora do seu ambiente pessoal, seja uma localidade próxima, ou até mesmo outro país”. A motivação das viagens e das atividades turísticas abrange um âmbito muito amplo que vai do lazer à tratamentos de saúde.

A atividade turística pode ser dividida em diferentes classes, e pode ser feita através do motivo pelo qual a pessoa ou um grupo de pessoas saiu do seu território para ir com destino a outra cidade, estado ou país. Levando em consideração essa divisão, pode ser considerado, turismo de lazer ou recreação, quando associado à diversão, entretenimento e descanso, turismo de negócios, quando associado a

vínculos empresariais ou comerciais com terceiros, turismo religioso, peregrinação de fiéis para lugares tidos como sagrados ou que possuem algum significado importante para a sua crença e fé, turismo cultural, está associado às artes e expressões artísticas e/ou estabelecimentos como, museus, eventos exposições, teatros, turismo de saúde, quando as pessoas saem em busca de tratamentos diversos que auxiliam na saúde e bem-estar.

De acordo com dados retirados do site Mundo da Educação¹¹, a atividade turística teve um grande aumento desde meados do século XX, principalmente com a evolução da globalização, das tecnologias de transporte e comunicação. Sendo parte do setor terciário da economia, a parcela correspondente às atividades turísticas no Produto Interno Bruto (PIB) global é atualmente de 3,3%. O turismo vem ganhando cada vez mais espaço na economia brasileira, o país apresenta enorme potencial turístico com suas inúmeras paisagens naturais, cidades históricas e seus patrimônios culturais.

Predomina no país o turismo do tipo doméstico, caracterizado pelos deslocamentos dentro dos limites do território nacional. O principal motivo das viagens é a visita a parentes e amigos. A região Sudeste é a principal receptora e emissora de turistas, seguido do Nordeste. Os principais destinos visitados são São Paulo, Minas Gerais e Bahia.

Sendo uma atividade econômica cada vez mais significativa, a principal importância foca na receita gerada por esse setor para as economias nacionais e locais. A indústria do turismo, como é chamada, abrange diversos escopos, dentre eles, transporte, hotelaria e alimentação, movimentando o comércio local, gerando assim, emprego e renda. GUIMARÃES e BRANDÃO (2009) dizem em seu artigo intitulado: “Impactos econômicos gerados na atividade turística: A contribuição da hotelaria para o desenvolvimento local da Cidade do Natal/RN” que

De modo que o nível de crescimento ou desenvolvimento econômico está diretamente relacionado aos impactos positivos e negativos promovidos pela atividade turística. Dentre as contribuições possibilitadas se destacam: o aumento de renda, geração de trabalhos e oportunidades de negócios, incremento das atividades de proteção ambiental e cultural – que representam a geração de oportunidades fomentadas pela entrada de divisas geradas pelo fluxo turístico e pela arrecadação de impostos provenientes da prestação de serviços

1 Turismo. Disponível em: <<https://mundoeducacao.uol.com.br/geografia/turismo.htm>> Acesso em 18 de jun. 2022.

turísticos (OMT, 2001).

Em termos práticos, receber turistas e visitantes, demanda investimento e atenção à infraestrutura, bem como sua manutenção periódica, promovendo benefícios a médio e longo prazo para a cidade no geral, como melhorias no transporte, distribuição de energia elétrica, redes de saneamento, distribuição e tratamento de água, redes de comunicação, além da conservação de patrimônios históricos, monumentos, praças, jardins e etc. De acordo com o site Maestrovirtuale.com² a infra-estrutura turística de um país é composta por elementos interconectados que permitem que o turista chegue, fique e desfrute da atração turística de seu destino, tornando sua viagem agradável, entre as quais:

- Serviços básicos: abastecimento de água, eletricidade, telecomunicações, coleta de lixo, saúde e higiene, segurança e proteção.
- Sistema rodoviário: rodovias, estradas, estradas e trilhas.
- Transporte: aeroportos, portos marítimos, barcos fluviais, redes ferroviárias, ônibus, táxis.
- Alojamento: hotéis, pousadas, apartamentos, acampamentos.
- Gastronomia: restaurantes, fast food, tabernas, cafés.
- Serviços para atividades culturais: arte e entretenimento, museus, reservas naturais, zoológicos.
- Serviços para atividades esportivas e recreativas: aluguel de itens esportivos e recreativos, salas de jogos e apostas, parques de diversões, campos de golfe, quadras poliesportivas, mergulho, esqui.
- Outros serviços: informações turísticas, aluguel de equipamentos e veículos, serviços bancários.
- ²Rede de lojas e lojas em geral.
- Serviços de segurança / proteção turística.

O Turismo é um fenômeno que interfere diretamente no âmbito sensorial, memorial e intangível do ser humano, é possível recriar momentos e histórias através de uma visita, de um roteiro turístico, passeios e vivências em localidades diferentes da que a pessoa vive. Por esse motivo, é importante que os destinos turísticos, seus

² Minas Gerais é uma das 10 regiões mais acolhedoras do mundo. Disponível em: <https://news.booking.com/pt-br/minas-gerais-e-uma-das-10-regioes-mais-acolhedor-as-do-mundo/> Acesso em: 20 de jun. 2022.

ambientes de visitação, hospedagem, alimentação e lazer estejam preparados estruturalmente e profissionalmente para receber os turistas que se dispuseram a sair de suas residências³ para conhecer novos lugares, pessoas, serviços e culturas.

A Hospitalidade significa receber e cuidar, é o ato de hospedar alguém que venha de um outro lugar diferente do anfitrião - pessoa que concede hospedagem, gerando conforto para seus clientes e hóspedes, a partir de uma rede de serviços e estruturas que garantam este objetivo. Camargo (2004) diz que a “Hospitalidade pode ser definida como o ato humano, exercido em contexto doméstico, público e profissional, de recepcionar, hospedar, alimentar e entreter pessoas temporariamente deslocadas de seu hábitat natural”

Renata Soares Plentz (2005) defende em seu artigo que:

A hospitalidade turística é uma manifestação carregada de aspectos importantes, apontando, desta forma, a complexidade do fenômeno turístico. Assim, ela não poderia estar desvinculada deste fenômeno, pelo contrário, é uma peça inseparável do desenvolvimento e diferencial turístico de qualquer região. Isso representa, por sua vez, a importância de demonstrarmos a necessidade da não redução do conceito de hospitalidade no Turismo, pois por meio dele, os órgãos e instituições envolvidas nesse processo poderão obter uma melhor visão do objeto a ser estudado; uma visão mais dinâmica e interdisciplinar, para que posteriormente as ações sejam para administrá-lo com uma nova perspectiva. (PLENTZ, 2005, p.1)

A receptividade e hospitalidade são pontos chave para que o turista tenha uma boa experiência no seu local de destino, e experiencie o que há de satisfatório e prazeroso em sua visitação. Uma dádiva presente em diversas áreas e segmentos de mercado, e no ramo do Turismo não é diferente.

1.1 As cidades coloniais mineiras e o que elas representam para o Turismo

A hospitalidade mineira é comentada e reconhecida em todo território nacional, não há quem diga o contrário sobre os mineiros serem calorosos com seus visitantes. Esta fama, também é reconhecida internacionalmente, o site Booking³, plataforma digital conhecida mundialmente, através de seu prêmio Traveller Review Awards 2021, reconheceu Minas Gerais como uma das dez regiões mais

³ Infraestrutura turística: o que é e como é formada? Disponível em: <https://maestrovirtuale.com/infraestrutura-turistica-o-que-e-e-como-e-formada/> Acesso em: 27 de fev. 2023

hospitaleiras do mundo. Esse foi o primeiro título que o Brasil recebeu baseado em avaliações de turistas do mundo inteiro que participaram das votações online e escolhas dos destinos, além de ser o único estado representando o Brasil na lista divulgada:

1. Taitung Country (Taiwan)
2. Prešovský kraj (Eslováquia)
3. Oberösterreich (Austria)
4. Tasmânia (Austrália)
5. Canterbury (Nova Zelândia)
6. Nova Scotia (Canadá)
7. Chubut (Argentina)
8. O'Higgins (Chile)
9. Iowa (Estados Unidos)
10. Minas Gerais (Brasil)

Minas Gerais é conhecida por seus cantos e encantos, é possível enxergar todo o carinho e cuidado na forma de bem receber aqueles que nos escolhem como destino, no “jeitinho mineiro” de falar, na calorosa recepção com a prosa, alguns causos contados, experiências compartilhadas, bom humor, boa educação, disposição em ajudar, artesanato riquíssimo e também, na gastronomia. O famoso pão de queijo original de Minas, um “cafézim” coado na hora, culinárias tradicionais e doces de procedência caseira são carro chefe para o mineiro receber seus hóspedes e visitantes, e não há quem prove das delícias mineiras que não crie memórias afetivas incrivelmente felizes dos passeios pelas montanhas e por nossas histórias.

Imagem 2: Tiradentes, Minas Gerais



Fonte: <https://news.booking.com/pt-br/minas-gerais-e-uma-das-10-regioes-mais-acolhedoras-do-mundo/>

“Aí está Minas: a mineiridade” – Foi assim que o escritor João Guimarães Rosa, traduziu Minas Gerais. A mineiridade são as tradições, passadas de geração em geração, a “liberdade, ainda que tardia”. É o povo trabalhador que valoriza e faz questão da convivência familiar, são as festas religiosas, é o acolhimento, a hospitalidade e muito afeto compartilhado com os nossos e também com os de fora.

Em Minas Gerais temos incontáveis patrimônios materiais e imateriais. Temos Santos Dumont, Aleijadinho, Guimarães Rosa, Bituca, Mestre Athaíde, Carlos Drummond de Andrade. Toda esquina se encontra um “trem”, tem também montanhas, cachoeiras. Tem doce no tacho, tem queijo, pão de queijo e tem café.

Imagem 3: Igreja Matriz de Santo Antônio – Tiradentes



Fonte: <https://www.resumoescolar.com.br/historia-do-brasil/resumo-sobre-ouro-preto/>

“Quem te conhece, não esquece jamais”. Minas Gerais concentra inúmeros atrativos naturais e históricos capazes de deixar qualquer viajante apaixonado, afinal

tanto é agradável passear pelas ladeiras históricas de Ouro Preto, quanto contemplar a natureza das regiões serranas para tomar banho de cachoeira e passear por grutas.

Minas Gerais possui 853 municípios, e dentre eles está a antiga Vila Rica, conhecida atualmente como Ouro Preto.

1.2 A Hospitalidade no Turismo da cidade de Ouro Preto – MG

Fundada há mais de 300 anos, Ouro Preto, cidade histórica, está localizada na Região dos Inconfidentes, sudeste de Minas Gerais. O município, já foi chamado de Vila Rica e também Cidade Imperial, e já carregou o título de capital do estado de Minas Gerais. Na época da extração de ouro, chegou a ser uma das cidades mais populosas da América Latina, atualmente Ouro Preto possui cerca de 75 mil habitantes, 12 distritos (e 1 subdistrito) e inúmeras riquezas naturais e culturais.

Em 1980, Ouro Preto recebeu o título de Patrimônio Cultural da Humanidade, termo esse que recentemente foi alterado, e a cidade agora é considerada "Patrimônio Cultural Mundial", concedido pela UNESCO - título esse que foi o primeiro recebido por uma cidade brasileira. Para que uma cidade seja considerada patrimônio mundial da humanidade, faz-se necessária a comprovação de seu valor histórico, natural e/ou ambiental, de forma que seja reconhecida por sua preservação, naturalidade, excepcionalidade ou originalidade. Nesse caso, foi levado em consideração a importância histórica da cidade para o nosso país, bem como toda sua riqueza arquitetônica, Ouro Preto possui dezoito igrejas históricas, que contam com obras de artes do Mestre Aleijadinho, além dos 12 museus, teatro municipal, estação ferroviária.

No século XVIII, ainda chamada de Vila Rica, Ouro Preto era a capital do estado de Minas Gerais, com o título de Cidade Imperial, nomeada assim por Dom Pedro I. Foi o principal palco da Inconfidência Mineira, devido às lutas e nomes que protagonizaram tal Revolta. A cidade inclusive preserva ainda também sua antiga prisão, onde hoje funciona o Museu da Inconfidência.

Apesar de grande parte do ouro explorado e retirado pelos portugueses no século XVIII ter sido levado para a Europa, as igrejas ainda guardam parte da riqueza que construiu a fama e deu o nome à cidade de Ouro Preto. O patrimônio material e imaterial da cidade, o ciclo do ouro, a Inconfidência Mineira são incontestavelmente importantes para toda a história do nosso país. Ouro Preto possui uma riqueza única

e de valor inigualável, o que justifica o prêmio recebido de Patrimônio Cultural da Humanidade. O site da Secretaria Municipal de Cultura e Turismo de Ouro Preto⁴ conta na história da cidade sobre o prêmio recebido: “Em 1938, o poeta Manuel Bandeira escreveu: "Não se pode dizer de Ouro Preto que seja uma cidade morta. (...) Ouro Preto é a cidade que não mudou, e nisso reside seu incomparável encanto". Nesse mesmo ano a cidade foi tombada como Patrimônio Nacional, num movimento nacional de proteção à memória cultural que começara com os integrantes do movimento modernista, ⁴ainda na década de 1920, e culminou com a criação do Serviço do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (SPHAN), em 1937. Em 1933, Ouro Preto foi considerada "Monumento Nacional" e, em 1980, veio o reconhecimento internacional: a cidade foi declarada pela Unesco como Patrimônio Cultural da Humanidade. Da visita do poeta Manuel Bandeira até hoje muita coisa mudou. Algumas mudanças foram inevitáveis, devido ao desenvolvimento natural que a cidade obteve. Entretanto, tais mudanças não alteraram a principal característica da cidade: a impossibilidade de passar pelas ruas da cidade sem experimentar a emoção de uma viagem no tempo, de uma volta ao passado.”

Os viajantes naturalistas do século XIX, em suas passagens por Minas, descreveram diversos pontos físicos e sensoriais, sobre a grandiosidade e riqueza que tinha no estado como um todo, da mesma forma em que descreviam todos os aspectos negativos que percebiam e vivenciavam. Os naturalistas relatam avistar paisagens exuberantes, morros e montanhas de tirar o fôlego, em especial o pico Itacolomi, que com sua imponência podia, e ainda pode ser visto, no horizonte por quem visita a atual Ouro Preto, onde foi muito bem descrita pelos viajantes e autores Spix e Martius (1817) em seus escritos:

O Itacolomi, ensombrado na base pela negrura das matas e destacando - se de todos os vizinhos com o seu pincaro rochoso e nu, domina toda a região. Um maravilhoso altar de luz, desde a mais ofuscante claridade do sol até a negrura da mais tenebrosa sombra... A natureza parecia solenizar conosco, com a gravidade do silêncio, o estado de alma que nos empolgava, diante do magnífico panorama. (Spix e Martius, 1817)

Porém, por outro lado, escreve o autor Saint-Hilaire (1938) em seu livro

⁴ Ouro Preto - Patrimônio Cultural Mundial. Disponível em: <https://ouropreto.mg.gov.br/turismo/acidade>. Acesso em: 28 de fev. 2023.

“Viagem pelas províncias do Rio de Janeiro e Minas Gerais” sobre o entretenimento e os meios de hospedagem que ele encontrou em Villa Rica:

Se os habitantes de Villa Rica não possuem em sua cidade mais que um único estabelecimento de beneficência, e fazem tão pouco sacrifícios para sustentá-lo, pelo menos não se lhes pode censurar de fazerem grandes gastos com seus próprios prazeres, no mínimo com os que é permitido confessar. Não há em sua cidade um único passeio público, nenhum café passável, nenhuma biblioteca, nenhum gabinete literário, nenhum centro de reunião, e os estrangeiros nem sequer têm o recurso de ali encontrar uma hospedaria suportável. (SAINT-HILAIRE, 1938, p.138)

Muito mudou, melhorou e também evoluiu desde então, visto a enorme importância histórica e cultural de Ouro Preto, e sua grande variedade de turismo de lazer, cultural, gastronômico, religioso e ecoturismo, hoje a cidade é um dos pontos mais desejados e escolhidos por turistas do mundo inteiro, visto seus títulos e prêmios concedidos, que são os primeiros que uma cidade brasileira recebe em sua categoria.

Mesmo estando dentro de uma região abarcada por mineradoras e a movimentação da economia local também depender da atividade mineradora, Ouro Preto sendo uma cidade estabelecida em berço católico conservador, a tradição e a cultura de religiosidade, que vem sendo passada de geração em geração e enche de alegria os olhos de quem está na cidade no período dos eventos religiosos. A antiga Vila Rica traz grande peso em turismo religioso, com as cerimônias de lava pés, encenações da Paixão de Cristo na Semana Santa, as procissões pelo centro histórico com seus cânticos tradicionais, incensos que perfumam todo o ambiente, e que ganham um charme a mais com os “Passos” espalhados ao longo do percurso e com os tapetes quilométricos feitos à mão com serragem colorida e desenhos que enfeitam e decoram as ruas por onde as procissões irão passar, onde moradores, visitantes, pessoas de todas as idades e tradições podem participar ativamente da sua confecção, é um momento único de conexão com toda a cultura tradicional colonial da cidade. O ecoturismo tem um grande potencial para os viajantes que são amantes da natureza, pelos belos vales, parques ecológicos, trilhas de caminhada, aventuras em cachoeiras, museus a céu aberto e etc.

Além de toda sua riqueza sócio-cultural, Ouro Preto, abriga há décadas, instituições de ensino Federais de grande importância acadêmica, profissional e exploratória do Brasil, sendo elas, o Instituto Federal Tecnológico de Ouro Preto,

anteriormente chamado de Escola Técnica, onde são ofertados cursos técnicos e ensino médio concomitantes, a Universidade Federal de Ouro Preto - UFOP, uma das maiores universidades federais do país, a Escola de Minas e a Escola de Farmácia, essa última construída da sede da Assembleia Provincial, onde foi jurada a primeira constituição Republicana de Minas Gerais, e é a mais antiga da América latina na área farmacêutica. Atualmente, as escolas federais recebem mais de 15 mil alunos em seus cursos. Em 1999 foi criado o curso de Turismo, que reforça o papel da Universidade na Região dos Inconfidentes e promove uma visão ampla e sustentável para o desenvolvimento integrado do mercado turístico. (Site da UFOP)

Propostas e projetos de preservação são incentivados através de ações como a Oficina de Cantaria, que faz o restauro e recupera importantes monumentos históricos, Fórum das Artes, que busca a reflexão sobre história, artes e patrimônio. O Museu de Ciência e Técnica, o Museu de Pharmacia e também o Observatório Astronômico são importantes centros de conservação da memória cultural e histórica da sociedade.

As instituições de ensino trazem também um grande movimento de pessoas que residem na cidade por temporada, seja com familiares, em casas ou apartamentos custeados pelos pais, ou divididos com outros estudantes, e até mesmo em casas de propriedade da Universidade Federal, que formam as repúblicas de estudantes também conhecidas nacionalmente, enquanto cursam seus cursos superiores, mestrados e afins nas instituições.

Esse movimento estudantil abre espaço para que a cidade seja evidente também no turismo de eventos, com festas tradicionais e reconhecidas nacionalmente como o carnaval de rua e universitário, que é conhecido como o carnaval mais tradicional de Minas Gerais, que acontece pelas ruas do centro histórico, com festas nas repúblicas de estudantes da universidade, e também a "Festa do 12", onde no feriado do dia doze de outubro, tradicionalmente, os ex alunos da faculdade se reencontram nas suas antigas moradas enquanto faziam seus cursos e eram moradores da cidade, e também recebe atrações, festivais, seminários, convenções e outros eventos que movimentam e trazem evidência para a hospitalidade e receptividade da cidade mineira.

Ouro Preto também atrai visitantes no inverno, entre os meses de Maio e Julho, devido suas baixas temperaturas, festivais de inverno, gastronomia peculiar e clima romântico. O clima em Ouro Preto é tropical de altitude, sendo marcado por

temperaturas mais baixas do que as presentes no clima tropical e chuvas concentradas no verão. Nos dias mais frios a cidade chega a registrar temperaturas de até 4°C, as baixas temperaturas propiciam a formação de nevoeiros, geadas e um clima que traz mais charme para as riquezas da cidade.

Imagem 4: Frio em Ouro Preto



Fonte: <https://jornalvozativa.com/urgente/ouro-preto-o-que-e-onde-doar-durante-onde-de-frio/>

O alto movimento de pessoas vindas de outras cidades, com culturas, criações, vivências e experiências diferentes, engrandece e diversifica a cultura da cidade. Ouro Preto abre as portas para a diversidade não só cultural, mas diversidade étnica, religiosa, e de gênero.

Motivos não faltam para que pessoas no mundo inteiro se interessem em conhecer a cidade, sua história, arquitetura e diversidade cultural. E sendo uma cidade carregada de eventos históricos de importância nacional e mundial, de um acervo artístico único e inigualável e uma cultura diversificada, Ouro Preto tem ainda o “jeitinho mineiro” de ser, de receber e de acolher quem queira vir para conhecer ou para viver, mesmo que seja por um período aqui. Ouro Preto é uma cidade que não restringe culturas, religiões, etnias, gêneros, todos são muito bem vindos a conhecer

e se encantar com toda a riqueza que a cidade possui. Sem dúvidas, conhecer Ouro Preto é um passeio muito enriquecedor visto de todos os âmbitos, pessoal, cultural e espiritual.

O foco do presente trabalho é buscar entender melhor quais são os incentivos gerados pelos estabelecimentos e pela prefeitura da cidade justamente para uma dessas vertentes do Turismo em Ouro Preto que é a diversidade de gênero com o público LGBT, pela cidade ser tão ampla e rica em potencial conforme abordado anteriormente. O estudo do encaixe histórico dessa comunidade em questão na cidade em foco é essencial para entender a desconstrução de estereótipos enraizados que uma cidade colonial e religiosa vive em seu íntimo expressivo.

2. Turismo LGBTQIA+ em Ouro Preto-MG

Tendo em vista a hospitalidade e a diversidade que a cidade possui, é de se esperar que os turistas que a visitam, tenham uma experiência única e agradável, incluindo os grupos sociais e tribos urbanas. É de se esperar que todos se sintam acolhidos e respeitados em todos os locais em que se dispuseram a ir, porém, é de conhecimento da grande maioria das pessoas que o preconceito - a homofobia é um dos principais - ainda é uma prática eminente entre os mais conservadores e religiosos, e a cidade de Ouro Preto é, no senso comum, conservadora e religiosa. De acordo com o site Politize! escrito por Bruno André Blume (2016) “a homofobia pode ser definida como “uma aversão irreprimível, repugnância, medo, ódio, preconceito que algumas pessoas nutrem contra os homossexuais, lésbicas, bissexuais e transexuais [...] Para além da mera hostilidade verbal, pessoas homossexuais e transexuais correm risco de terem sua integridade física atacada, por conta de sua orientação sexual.”.

Além da prática da homofobia como preconceito apenas por medo, existe também a prática com embasamento religioso, que leva em consideração os ensinamentos da Bíblia e coloca em prática no âmbito pessoal. Segundo o texto de Natividade e De Oliveira (2009) do artigo “Sexualidades ameaçadoras: religião e homofobia(s) em discursos evangélicos conservadores” escrito por Marcelo Natividade e Leandro de Oliveira, “a homofobia religiosa não se manifesta somente no plano de percepções e juízos morais pessoais, mas envolve formas de atuação em rede em oposição à visibilidade e ao reconhecimento de minorias sexuais, articulando

múltiplos atores e grupos e cortando as esferas pública e privada. Por outro lado, a expressão homofobia pastoral é um instrumento de análise que procura dar conta de expressões de homofobia religiosa mais circunscritas no nível da interação entre lideranças e fiéis, que eventualmente transparecem em discursos que servem como “guias” ou exemplos normativos para a conduta do fiel e as atividades de cuidado pastoral. O que confere unidade a essa rede heterogênea de discursos e práticas é justamente que estes extraem sua autoridade de princípios cosmológicos, argumentos teológicos/ doutrinários e interpretações conservadoras do texto bíblico.”

Muito vem sendo construído e melhorado com o passar do tempo, a cultura de um local não pode ser estática, mesmo com dogmas conservadores, a cidade em questão é prova disso.

2.1. A relação social entre a cidade de Ouro Preto e a comunidade LGBT

Neste capítulo é possível analisar a relação entre a cidade de Ouro Preto e a comunidade LGBT, seja no âmbito doméstico ou no turístico, mas que de toda forma, influencia na adesão de turistas LGBTQIA+ ao município como forma de lazer. Ouro Preto tem uma comunidade bem diversa e que possui em seu território o campus da Universidade Federal de Ouro Preto - UFOP, que traz consigo uma diversidade extensa de pessoas, jovens, alunos e professores com crenças, religiões, sexualidade diferentes e diversas, de vários lugares do país com culturas diferentes, o que muito contribui para o desenvolvimento do município no que tange os projetos, sejam sociais ou de leis, a favor da diversidade e contra os preconceitos. Pode-se notar dentro de sala de aula essa diferença entre todos que ali estão e que devem se sentir à vontade no local de estudo, a pluralidade durante uma única aula pode ser enorme, fato que auxilia muito, principalmente, no crescimento pessoal e profissional de cada um.

Ainda não existe um resultado concreto em relação a quantidade de pessoas da comunidade LGBTQIAP+ na cidade e na UFOP, porém, já foi lançado um projeto em parceria da universidade com a prefeitura municipal que busca conhecer e contabilizar a população que se inclui nesse ciclo social de sexualidade. É possível preencher o formulário através do Projeto POC - Papear, Ouvir e Conscientizar, da PRACE (2021) no site oficial da UFOP. Além desse mapeamento, a universidade promove inúmeros projetos sobre sexualidade, conscientização, crescimento e desenvolvimento, esses que não limitam quem deve participar, pois conhecimento

nunca é demais. Entre eles está o “Projeto Discriminação e Sofrimento Psíquico: Vamos Falar DisSo?” que foi coordenado pela professora do curso de Bacharelado em Turismo da UFOP, a Doutora Kerley dos Santos Alves, que promoveu encontros e palestras ricos em informações e conhecimentos necessários para a abordagem emocional dos alunos e quem se interessou em participar. Houve diversas pautas trabalhadas durante o período ativo, como o tema “O MOVIMENTO LGBTQIA+: Movimentos sociais contra a discriminação.” e também “LESBIANEIDADES: vivências sapatão”, ambos com a finalidade de trazer à tona falas, vivências e possibilidades de compartilhamento de histórias de existência e resistência. O projeto se iniciou no dia 26/04/2019 e teve seu encerramento no Encontro de Saberes da UFOP no mesmo ano, mas ainda é possível acessar o conteúdo publicado na rede social Facebook pelo link <https://www.facebook.com/vamosfalardissop/>.

Imagem 5: Divulgação do projeto Vamos Falar DisSo?

VAMOS FALAR DIS SO?
 CRIMINAÇÃO
 FRIMENTO
 PSÍQUICO

A Coordenação Geral do Projeto:
*"Discriminação e Sofrimento Psíquico:
 ao acolhimento e sentimento de pertença na Universidade."*

Convida para sua Solenidade de Abertura:
**Relacionamento Interpessoal
 (Autoestima e Convivência)**

Palestrantes
 Professora Dra. Kerley dos Santos Alves - Psicóloga
 Larissa T. França - Graduada em Educação Física - UFOP

Apresentação Musical (Voz e violão)
 Rannáh Barbosa - Graduada em Turismo - UFOP

26/04/19
17h

Auditório
bloco de salas
UFOP

APOIO: **PRACE**

Fonte: <https://www.facebook.com/vamosfalardissop/>

Além da universidade promover lugares de fala sobre o assunto de sexualidade e preconceito, existem eventos no município em que a comunidade LGBT se sente à vontade e sai às ruas, como por exemplo o carnaval. É uma festividade anual que atrai

muitos turistas, visitantes e a própria comunidade local. Por ser um evento grandioso, ele também permite a mistura e a multiplicidade de culturas e sexualidades. Nos 4 dias de festa em Ouro Preto acontece o considerado maior carnaval universitário, no qual são 4 dias de blocos fechados mediante compra de ingressos com atrações conhecidas nacional e internacionalmente e também com festas nas próprias repúblicas. Como tem ligação com os estudantes da universidade, é notória também a profusão de pessoas e seus costumes. O site dessa festa universitária CarnavalOP (2023) diz que “o carnaval em Minas Gerais é conhecido por tradições e festas animadas nas cidades históricas. A tradicional folia do Carnaval de Ouro Preto se destaca por ser organizada pelos universitários que mais sabem se divertir no Brasil, os membros das famosas Repúblicas Estudantis de Ouro Preto, estudantes da UFOP. No Carnaval de Ouro Preto os Blocos e festas são organizados pelas Repúblicas Estudantis, esse é o grande diferencial.[...]. Passar o carnaval em Ouro Preto é animação garantida! Festas temáticas de República com os mais diversos temas, blocos de carnaval com as melhores atrações e até chuva de cerveja, isso é Ouro Preto no Carnaval. Tudo com milhares de foliões vindos de todos os cantos do país a fim de muita diversão.”

Imagem 6: Carnaval universitário, bloco Cabrobró 2019



Fonte:

<https://www.sounoticia.com.br/noticia/62860/geral/confira-as-atracoes-da-liga-dos-blocos-de-carnaval-de-ouro-preto-14012019>

Dito isso, é comum que tenham nichos sociais dentro de um só evento, não só nas festas universitárias, mas também nas ruas da cidade. Há um tempo, os foliões de Ouro Preto identificavam a Rua São José (ou rua dos bancos), situada no centro da cidade, como o “point” dos LGBT, era lá que se encontravam pessoas de todos os gêneros, sexualidades e orientação sexual do evento. Existe um estudo sobre esse fato feito por um, hoje, Turismólogo pela UFOP, Yuri Alexandre Estevão Rezende intitulado: *Corpos dissidentes na rua: territorialidade e identidades acionadas no carnaval de Ouro Preto (MG)(2017)* que diz que:

A São José é rua transbicha, pela heterogeneidade de pessoas que nela se concentraram e (re)apropriaram-se dela para viver a efemeridade do carnaval. Dos corpos pretos, bichas, trans, que nela atravessaram e a transformaram em rua-corpo. Ela foi, à priori, reinventada e renegociada ano-a-ano, numa constante gestão das identidades ali presentes. Ela ganhou legibilidade. O ressignificado dela, no entanto, não se dá como um primeiro olhar pode pressupor se tratar de uma apropriação espontânea do espaço urbano festivo. Ao contrário, esse processo revelou como os desejos, afetos, erotismos, conflitos e LGBTQIfobia foram mecanismos de acionamento tanto das identidades quanto da territorialidade no período carnavalesco. (REZENDE, Y. A. E.; ALVES, K. dos S.; VILLASCHI, J. N. S., 2017, p. 213)

Hoje, em 2023, é possível observar que o público da rua em questão se transferiu para a Rua Paraná, que é perpendicular a ela.

Imagem 7: Carnaval de rua na Praça Tiradentes, 2018



Fonte: <https://turismo.ig.com.br/destinos-nacionais/2019-02-15/blocos-de-carnaval-pacotes.html>

Ademais, o município de Ouro Preto também conta com o apoio e divulgação de alguns sites que tem como público alvo a comunidade LGBT. Por exemplo, quando se trata de meio de hospedagem para gays, lésbicas, etc. existe a Casa dos Meninos, uma hospedaria que tem como anfitriões um casal homossexual e hospedam outros casais também homossexuais. Esse meio de hospedagem está sendo divulgado em uma revista de viagens e turismo para o público apontado, chamada ViaG Turismo e Diversidade. Em 2021, esta apontou a seguinte questão: “Quem procura uma opção de hospedagem LGBT friendly em Ouro Preto agora já sabe onde encontrar. Localizada no coração da cidade histórica, a Casa dos Meninos B&B encanta seus hóspedes pelo aconchego, conforto e receptividade que só um casal gay mineiro consegue oferecer. [...]”.

Outro site que divulgou a cidade como um destino turístico para os LGBT's, foi o ViajaBi!⁵, que é o 1º blog de viagem LGBTQIA+ do Brasil, escrito por Rafael Leick e está ativo desde 2014. Em uma das matérias do blog, ele escreveu: “Como parte do 2º Prêmio Viaja Bi!, o júri composto por 63 especialistas e viajantes frequentes indicou, em sua visão, quais foram os melhores destinos LGBTQIA+ brasileiros. O ranking completo está abaixo. [...]”

20. Búzios-RJ / Chuí-RS / Delta do Parnaíba-MA-PI / Juiz de Fora-MG / Ouro Preto-MG / Urubici-SC.” Mesmo aparecendo em último lugar do ranking, é um marco importante para a cidade e sua diversidade.

Mais um site que coloca em voga a cidade de Ouro Preto como destino turístico LGBT é o Turismo Gay⁶, onde são lançados todos os eventos que ocorrem na localidade e existem arquivos específicos sobre eles.

Diante de todos os exemplos supracitados, é possível perceber que a cidade em foco, no que tange a sociedade e população, é receptiva e tem meios para receber e agradar os turistas da comunidade LGBTQAP+. É importante ressaltar que a sociedade em si pode ter influência direta da gestão municipal atuante quando se trata de assuntos delicados e que podem vir a ter consequências preconceituosas e é de magnitude imensurável que a prefeitura do município tenha reflexões e ações cabíveis

5 Melhores destinos LGBTQIA+ brasileiros | 2º Prêmio Viaja Bi! (2023) Disponível em: <https://viajabl.com.br/melhores-destinos-lgbtqia-brasileiros-2o-premio-viaja-bi/> Acesso em: 09 de fev.2023.

6 Arquivos Ouro Preto - Turismo Gay. Disponível em: <https://gay.tur.br/tag/ouro-preto/>. Acesso em: 09 de fev. 2023.

para receber todos os tipo de turistas em seu território.

2.2. A relação política do município de Ouro Preto e o público LGBT

É de conhecimento da maioria que o setor público de um município detém em seu regimento interno o uso e criação de secretarias municipais para abranger as necessidades existentes e as que vão surgindo com o passar do tempo. Em Ouro Preto não é diferente, existem diversos setores a serem trabalhados mais a fundo no município e um deles é o setor de Turismo. Existe uma secretaria específica para esse fenômeno, ela é nomeada, atualmente, como Secretaria Municipal de Cultura e Turismo, que tem como secretária a historiadora e ex-diretora do Museu da Inconfidência, Maria Margareth Monteiro, e é através dela que perpassam, também, as leis e projetos instituídos para melhoria do turismo na cidade. Junto dela existe uma equipe extensa para o trabalho diário com o fenômeno que movimenta a economia local, incluindo o Departamento de Turismo.

Sabendo disso, o que se espera é que tenha uma boa manutenção nos canais sociais de interação com a comunidade local e com o público alvo, integrando também o grupo social de sexualidade anteriormente citado. Vale destacar que a Prefeitura e a Secretaria de Cultura e Turismo possuem departamento de comunicação e são responsáveis pela alimentação das redes sociais das instituições.

Como citado previamente, a Prefeitura, em parceria com a UFOP, deseja conhecer e contabilizar a população LGBTQAP+, mas além disso, existem projetos, leis e eventos que têm como alvo exatamente essas pessoas. E esses trabalhos desenvolvidos são divulgados nas redes sociais, nos sites e até mesmo nas rádios da região.

Em relação ao público LGBTQIA+ é importante ressaltar que, de acordo com Neves (2021) em seu texto: Turismo LGBT: Aplicação bibliométrica na pesquisa científica dos Programas de Pós-Graduação em Turismo no Brasil (1997 – 2019),

A diversidade por vezes é cerceada, pessoas LGBT são vítimas institucionais de homo-lesbo-transfobia, inicialmente se auto-reprimem, depois a repressão ocorre no seio familiar, após vencida essas barreiras, LGBT são reprimidos pela sociedade, jurisprudências que impediam direitos sociais e civis básicos, como a conjugalidade e parentalidades exposto por Guerra (2013). A questão dos direitos homossexuais não são disputas religiosas e nem morais, mas são questões legais (Moritz, 1996), tanto que em 13 de junho de 2019, o Supremo Tribunal Federal (STF, 2019) determinou que a LGBTfobia

passa a ser considerado um crime, onde se determinou que a conduta seja punida pela Lei de Racismo (Lei nº 7.716/89), que prevê crimes de discriminação ou preconceito por "raça, cor, etnia, religião e procedência nacional". (NEVES, 2021, p.85)

Em 2022 aconteceram alguns marcos importantes para o município e conseqüentemente para a população do mesmo. Por ordem cronológica, no início de junho, mês do Orgulho LGBT, o poder executivo apresentou projetos para a comunidade LGBT com apoio da Secretaria de Saúde. Nathalia Souza escreveu e divulgou a matéria intitulada "Ouro Preto apresenta projetos importantes para a população LGBTQIA+"(2022) no site e nos canais do Jornal Voz Ativa, que diz que o prefeito Angelo Oswaldo se reuniu com o diretor em Educação e Saúde da Secretaria de Saúde de Ouro Preto para discutir a criação do Centro de Referência LGBT+ no município. "É uma antiga reivindicação que agora ganha conteúdo de realidade. É mais um programa importante da Prefeitura atendendo não só a esse pedido, mas aos direitos humanos, pois temos diversos programas na área de desenvolvimento social e na área de saúde que serão contemplados por esse centro de referência". Victor Pinto falou dos planos para esse centro. "Será para atendimento social, psicológico e educacional, tanto da população LBGT+ quanto das famílias contempladas dessas pessoas. Também haverá treinamento dos agentes públicos que lidarão com esse público, para que eles tenham a capacidade de interagir sem preconceitos, discriminação e de forma mais humanizada". E é possível observar que esse projeto está realmente em vigor, devido ao fato de que ao visitar a UBS do bairro Bauxita em Ouro Preto, que está localizada dentro do campus da UFOP, é notável a presença de cartazes de conscientização e de ações e precauções que o público alvo deve se atentar.

Imagem 8: Registro fotográfico da reunião sobre os projetos para a população LGBT, 25/05/2022



Fonte: <https://jornalvozativa.com/noticias/ouro-preto-projetos-importantes-populacao-lgbtqia/>

Em continuidade, no mesmo projeto, foi determinada a retomada da Parada LGBTQIAP+ na cidade, que há 12 anos não acontecia por intermédio de forças maiores. Ela aconteceu no dia 03 de julho de 2022, foi com ela que deu-se início às atrações do Festival de Inverno de Mariana, Ouro Preto e João Monlevade (cidades as quais possuem campus da UFOP em seu domínio). Rômulo Soares, em matéria para o Jornal Agência Primaz⁷ (2022) escreveu sobre as reações dos vereadores quando a pauta foi levada para a Câmara: Ao final da 35ª reunião ordinária da Câmara de Ouro Preto, o vereador Naércio Ferreira (Republicanos) utilizou sua fala de orador para fazer um pronunciamento sobre a parada e a necessidade de políticas públicas a fim de contemplar a comunidade, declarando-se como atuante pela causa. Ao final de sua fala, todos os vereadores posaram com a bandeira LGBTQIAP+ para uma fotografia, manifestando apoio ao movimento. “Aqui é um espaço de poder, de decisões importantes para a nossa cidade e, ao mesmo tempo, é um espaço de convivência do nosso dia a dia. Então, ter o respeito dos amigos vereadores e da vereadora é muito importante para mim e é neste momento que vemos uma Câmara realmente mais plural, inclusiva, respeitando a diversidade”, declarou Naércio à Agência Primaz.

Imagem 9: Registro dos vereadores ao final da 35ª reunião ordinária da Câmara

7 JORNAL AGÊNCIA PRIMAZ. Parada LGBTQIAP+ volta a Ouro Preto, após 12 anos 2022. Disponível em: <https://www.agenciaprimaz.com.br/2022/06/11/parada-lgbtqiap-ouro-preto/> Acesso em 09 de fev. 2023.



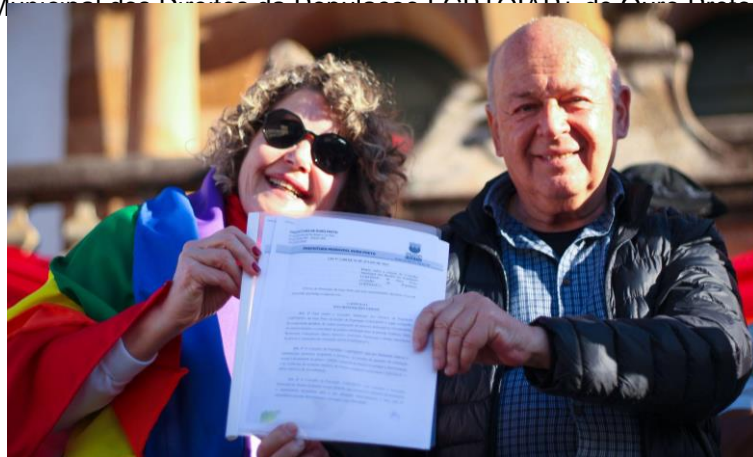
Fonte: <https://www.agenciaprimaz.com.br/2022/06/11/parada-lgbtqiap-ouro-preto/>

Imagem 10: Concentração da Parada LGBTQAP+ em Ouro Preto, 03/07/2022



Fonte: <https://www.flickr.com/photos/186782905@N03/albums/72177720300308531/>

Imagem 11: Prefeito Ângelo Oswaldo e a vice-prefeita Regina Braga com o documento de criação do Conselho Municipal dos Direitos da Pessoa Lésbica, Gay, Bissexual e Transgênero. 03/07/2022



Fonte: <https://www.flickr.com/photos/186782905@N03/albums/72177720300308531>

Ainda em Junho de 2022, a Prefeitura fez uma campanha de divulgação do dia dos namorados onde, durante a semana que antecedeu a data comemorativa, foram publicadas fotos de casais com legendas incentivando o amor e promovendo a cidade como destino turístico romântico. Entre os casais escolhidos para a campanha, além de 4 casais heterossexuais, 2 casais homossexuais posaram para as fotos que foram publicadas e, inclusive, a foto do casal formado por duas mulheres foi divulgada no dia dos namorados em si, 12 de junho de 2022, representando o amor, carinho e afeto que pode se encontrar no município.

Imagem 12: Publicação do dia dos namorados da Prefeitura de Ouro Preto, 12/06/2022



Fonte: <https://www.instagram.com/prefeituraouropreto>

Já em 2023, o carnaval da cidade teve um acréscimo em sua tradição, o site do Turismo de Ouro Preto publicou a matéria “Escolha Popular da Corte Momesca e da Rainha da Diversidade LGBTQIAP+” (2023), onde foi dito que “pela primeira vez na história, o Carnaval de Ouro Preto terá a Rainha da Diversidade LGBTQIAP+. [...] Neste ano, além da escolha tradicional de Rei e Rainha Momo, Ouro Preto terá também a Rainha da Diversidade LGBTQIAP+, que será escolhida por aclamação popular no sábado, 11 de fevereiro, durante o “Samba na Praça”, o pré-carnaval de Ouro Preto.”

Imagem 13: Programação da inscrição e escolha da Rainha da Diversidade LGBTQIAP+

Escolha Popular da
CORTE MOMESCA
E DA RAINHA DA
DIVERSIDADE LGBTQIAP+
do Carnaval Imperial Ouro Preto 2023

Período de Inscrições:
07 a 11
de fevereiro

Requisitos:
* Ser maior de 18 anos;
* Residir em Ouro Preto (sede e distritos);
* Disponibilidade para acompanhar presencialmente a programação do Carnaval Imperial Ouro Preto 2023.

Secretaria Municipal de Cultura e Turismo (Casa de Gonzaga)
Rua Cláudio Manoel, nº 61, Centro
(até o dia 10/02/2023);
Horário: 10h às 12h30 e 14h às 16h30

Praça Tiradentes
(dia 11/02/2023 – das 17h às 20h)

☎ 31 3559.3341

PREFEITURA
OURO
PRETO
O futuro é feito agora

Fonte: <https://ouropreto.mg.gov.br/turismo/evento/322>

A repercussão que as publicações e ações da prefeitura têm na comunidade local, nos distritos e em outras localidades através de turistas é relevante e possui um poder muito grande por ser o órgão público responsável a se posicionar diante a sociedade. Então, a magnitude e o valor dos projetos do município para a comunidade alvo é gigante, uma vez que não só o turismo está sendo alimentado com essas ações, mas também o emocional e psíquico de moradores e visitantes LGBT da cidade de Ouro Preto.

Levando em consideração o posicionamento positivo da prefeitura municipal em relação a questão da comunidade em destaque neste trabalho, no próximo capítulo será apontado o posicionamento do setor comercial da cidade, embasado em respostas de estabelecimentos de hospedagem predeterminados para a pesquisa, para que haja uma análise aprofundada a respeito do tema em questão.

3. Uma investigação em meios de hospedagem do centro de Ouro Preto a respeito da receptividade do público LGBTQIA+

No presente capítulo estão apresentados os métodos da pesquisa aplicada, bem como as respostas recebidas na mesma. Os dados coletados resultaram em análises a respeito de como os estabelecimentos de hospedaria lidam com os turistas da cidade de Ouro Preto que se encaixam na categoria LGTQIA+, também se os mesmos possuem interlocução coerente com o município, uma vez que a Prefeitura Municipal possui políticas e ações para com o público alvo.

3.1 Metodologia aplicada na pesquisa

Previamente foi realizada uma pesquisa bibliográfica para o embasamento teórico dos capítulos anteriormente apresentados, foram retirados trechos de artigos, livros, publicações de jornais e sites para utilização de citações e referências.

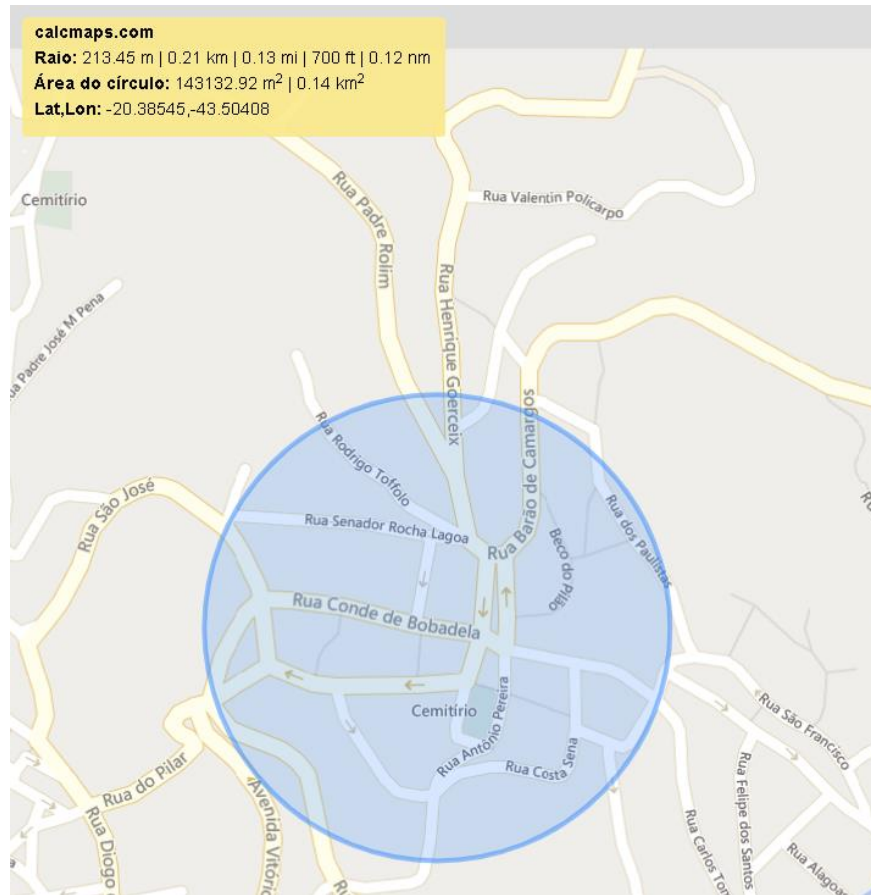
Num segundo momento, uma pesquisa qualitativa foi produzida a fim de buscar informações a respeito do assunto em questão, como as experiências que cada meio de hospedagem possui na cidade de Ouro Preto. Augusto, A. C *et al* (2013) dizem em seu artigo que:

Seguindo Denzin e Lincoln (2006), a pesquisa qualitativa envolve uma abordagem interpretativa do mundo, o que significa que seus pesquisadores estudam as coisas em seus cenários naturais, tentando entender os fenômenos em termos dos significados que as pessoas a eles conferem. Seguindo essa linha de raciocínio, Vieira e Zouain (2005) afirmam que a pesquisa qualitativa atribui importância fundamental aos depoimentos dos atores sociais envolvidos, aos discursos e aos significados transmitidos por eles. Nesse sentido, esse tipo de pesquisa preza pela descrição detalhada dos fenômenos e dos elementos que o envolve. (AUGUSTO, A.. C. *et al*, 2013, p.747 e p.748)

Para a pesquisa de campo foi escolhido o roteiro semiestruturado como forma de indagar e registrar as respostas dos estabelecimentos entrevistados para, ao final, analisar as respostas dos mesmos e chegar em um denominador comum.

Para início da pesquisa, foram pré-determinados cinco meios de hospedagem incluindo hotéis, pousadas e hostels da região central de Ouro Preto, em um raio de 213,45m que abrange a Praça Tiradentes, Largo de Coimbra, Rua Brigadeiro Musqueira e Largo do Cinema.

Imagem 14: Área definida no mapa do raio abrangente da pesquisa



Fonte: <https://www.calcmaps.com/pt/map-radius/>

Para todos os cinco estabelecimentos foi aplicado o mesmo roteiro semiestruturado (APÊNDICE 1) elaborado de forma digital pelo Google Forms através conta institucional da autora, que consistiu em cinco perguntas direcionadas diretamente para a receptividade dos mesmos com o público LGBTQIA+, onde o que foi respondido foi transcrito simultaneamente pela responsável da pesquisa. Todo processo ocorreu de forma presencial, onde a entrevistadora compareceu nas localidades indicadas e realizou a entrevista diretamente com o profissional responsável no momento. Foi realizado no dia 25 de fevereiro de 2023 com a duração de 2 horas e 10 minutos no total.

É importante ressaltar que os estabelecimentos e seus respectivos responsáveis não foram mencionados no presente trabalho e, por esse motivo, não foi necessário a elaboração e assinatura de um Termo de Consentimento entre as partes participantes do ato.

3.2 Acolhida ou receio: uma linha tênue no mercado hoteleiro de Ouro Preto

(MG)

Durante a realização da pesquisa foi possível perceber que todos os meios de hospedagem participantes se mostraram solícitos e abertos com a causa LGBT, e as respostas dos cinco locais entrevistados foram praticamente idênticas, o que pode contar positivamente ou passar uma visão negativa da situação, dependendo de seus interlocutores. Primeiramente foi discutido a respeito do público alvo de cada estabelecimento. As respostas a seguir são dos participantes e estão em ordem cronológica:

Quadro 1: Respostas da primeira pergunta do roteiro

Pergunta 1: Público alvo	
Estabelecimento 1	Casais, famílias, diversificado.
Estabelecimento 2	Casais de todas as idades.
Estabelecimento 3	Estrangeiros, estudantes, mochileiros.
Estabelecimento 4	Casais com filhos, particular.
Estabelecimento 5	Particular, casal/família de todas as idades.

Fonte: Autora

A maioria deles recebem casais em massa, o que facilitou para a resposta e análise do restante das perguntas. Seguindo a pesquisa, a segunda pergunta foi sobre a frequência que cada local recebe casais/pessoas homossexuais. As respostas também foram quase unânimes:

Quadro 2: Respostas da segunda pergunta do roteiro

Pergunta 2: Frequência que recebem homossexuais	
Estabelecimento 1	Muitos, quase a maioria dos casais.
Estabelecimento 2	Bastante, 70% dos casais, principalmente no Carnaval.
Estabelecimento 3	Público muito grande, 60%. No carnaval de 18 pessoas, 7 foram homossexuais. O primeiro casal a se hospedar quando fundou foi homossexual.
Estabelecimento 4	Com frequência, 60% dos hóspedes.
Estabelecimento 5	Sim, pelo menos 40%.

Fonte: Autora

De forma geral, os estabelecimentos recebem casais e pessoas homossexuais com uma frequência relevante para a pesquisa, e o restante das questões dizem respeito às regras e diretrizes das hospedarias. A próxima pergunta discutida foi sobre se existem políticas dentro dos locais destinadas ao atendimento do público LGBTQIA+. As respostas foram as seguintes:

Quadro 3: Respostas da terceira pergunta do roteiro

Pergunta 3: Existência de políticas de atendimento ao público LGBTQIA+
--

Estabelecimento 1	Não, tratamos todos igualmente.
Estabelecimento 2	Livre.
Estabelecimento 3	Não. É livre.
Estabelecimento 4	Não. Tudo igual.
Estabelecimento 5	Não, a recepção é a mesma para todos.

Fonte: Autora

Já a seguinte pergunta é discutida em torno do marketing do local, se eles fazem divulgação para o público alvo em questão. As respostas também foram iguais:

Quadro 4: Respostas da quarta pergunta do roteiro

Pergunta 4: Divulgação para o público alvo	
Estabelecimento 1	Não, o mesmo tipo de marketing para todos.
Estabelecimento 2	Não, livre.
Estabelecimento 3	Não, tudo igual. As regras da casa se aplicam a todos.
Estabelecimento 4	Não, marketing geral.

Estabelecimento 5	Não, tudo igual.
-------------------	------------------

Fonte: Autora

Não diferente das demais, a última pergunta também teve respostas iguais. Foram elas:

Quadro 5: Respostas da quinta pergunta do roteiro

Pergunta 5: Treinamento	
Estabelecimento 1	Não, não diferem o tipo de treinamento.
Estabelecimento 2	Não. Não há distinção.
Estabelecimento 3	Experiência de vivência, mais de 7 anos.
Estabelecimento 4	Não, o treinamento é o mesmo para todos.
Estabelecimento 5	O treinamento é igual para todos os públicos.

Fonte: Autora

De acordo com as respostas obtidas, existem duas vias para serem seguidas durante a análise das mesmas. A primeira vertente é a do acolhimento, receptividade e hospitalidade, não fazendo distinção entre públicos e pessoas. É a atitude que se espera das pessoas e estabelecimentos em geral, sem preconceitos e exclusão de um grupo determinado de pessoas. Porém, também é possível notar um “quê” de frieza nas respostas curtas, sem comprometimento com o assunto.

A segunda vertente possui ligação direta com a falta de aprofundamento nas respostas. É possível que esta atitude reflita o receio dos estabelecimentos e seus

responsáveis em falar de pautas importantes e ditas polêmicas pela sociedade, como a homofobia, por exemplo. O questionamento principal que é extraído a partir das respostas recebidas é: Por quê os estabelecimentos entrevistados não possuem políticas internas para receber o público LGBT, não possuem marketing direcionado, bem como a falta de treinamento específico para situações que podem vir a ser constrangedoras? O Ministério do Turismo⁸ alertou em seu site no ano de 2011 sobre a importância da capacitação dos profissionais da hotelaria quanto à receptividade para com os hóspedes LGBT: “Na prática, alguns cuidados devem ser tomados. Na reserva, por exemplo, o atendente não deve determinar por si só as acomodações com base nos nomes; o correto é dizer quais os tipos de quartos oferecidos e perguntar qual é o pretendido. Ainda sobre acomodações, no check in, o que está no voucher deve ser respeitado. No caso de dúvida, ler todas as informações para confirmar o serviço; deixe que o cliente identifique se há ou não erro. “Ao ler, se a cama for de casal, evitar /aquele/ olhar muitas vezes de espanto ou reprovação. Estas medidas evitam constrangimentos”, afirma Ferreira.”.

Uma resposta plausível é a respeito do possível receio que comércios que dependem dos turistas para o rendimento financeiro, hospedarias por exemplo, tem em se posicionar em relação a causas que são polêmicas e políticas perante a sociedade, o que gera a hostilidade de ambas as partes. Ana Beatriz Moreira defende seu ponto de vista a respeito da hostilidade em sua tese intitulada “A hospitalidade acadêmica ao público LGBTQI+: Entre o acolher e o hostilizar na Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP)” (2021):

Ao caminho contrário da hospitalidade, vê-se um antagonista: a hostilidade, a raiz dos conflitos e fronteiras existentes entre as relações humanas que, dialeticamente, faz parte da própria hospitalidade. A hostilidade põe em xeque as divergências sociais, culturais e territoriais dos seres e, a partir deste contraponto, podemos compreender a questão da alteridade, que pressupõe ser o estranho e o outro. (ALMEIDA, 2021, p. 10)

Talvez no entendimento de quem gerencia as instituições mercantis, o posicionamento de mercado seja melindroso e preferem não se comprometer com causas sociais, por medo de perder clientes antigos ou até mesmo clientes novos que

⁸ Como melhorar o atendimento ao público LGBT. Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/assuntos/noticias/como-melhorar-o-atendimento-ao-publico-lgbt>. Acesso em: 28 de fev. 2023.

possivelmente podem desistir de frequentar seu comércio por esse motivo, mas a omissão também gera desinteresse e perda de clientes daquele nicho específico, no caso desta pesquisa, a comunidade LGBT. De acordo com Morrinson (2012 apud OLIVEIRA JUNIOR, 2014), “o mercado LGBT possui maior característica mercadológica voltada para o setor de hospitalidade e turismo e merece cuidadosa atenção. Na Austrália, este mercado é reconhecido em todo o setor de turismo como um importante segmento, representando as diferenças no comportamento, nas atitudes e oportunidades de rendimento de férias quando comparado com a média de população adulta australiana. Nos Estados Unidos, a empresa Travel Industry Association, importante órgão do setor de turismo, ainda segundo Morrinson (2012), reconheceu o enorme potencial econômico do mercado LGBT para o setor do turismo e da hotelaria de modo geral.

Muitos destinos nacionais e internacionais têm, desde os últimos anos, se direcionado e buscado conquistar este mercado, sendo que maioria está dando ênfase para o termo Gay Friendly - amigável para gays - ao invés de Gay Exclusive (Exclusivo para gays, em tradução também literal) (MORRINSON, 2012).”.

Um exemplo a ser seguido nas questões de receptividade com o público em questão é a rede de hotéis Accor Hotels, que mantém uma política de integração da diversidade em seus hotéis, seja de clientes ou seja de funcionários da instituição de acordo com o site da própria rede⁹:

Entre as atividades em prol da diversidade ao longo dos anos, apoiamos à Feira Diversa, em parceria com a Mais Diversidade e o Fórum de Empresas LGBTI+; o Casamento Coletivo Iguatário de São Paulo; a elaboração do Manual de Recrutamento LGBTI+; entre diversos outros. Em 2019, realizamos pela primeira vez um processo seletivo dedicado exclusivamente à seleção de profissionais transgêneros. No total, recebemos currículos de mais de 200 interessados nas posições abertas em nossos hotéis pelo Brasil. E em 2021, recebemos o título de uma das Melhores Empresas para Trabalhar no Ranking Great Place to Work LGBTQI+ 2021, ocupando a terceira posição. (ACCOR, 2021)

O site em si é uma versão do endereço original da Accor, destinada apenas para o público LGBT, onde eles divulgam dicas, instruções, eventos e ofertas para a

⁹ Tudo isso é ALL e para Todes!. Disponível em: <<https://all.accor.com/promotions-offers/hub-offers/accor-lgbti.pt-br.shtml>> Acesso em: 9 de mar. 2023.

comunidade em questão. Ou seja, tanto o quadro de funcionários da rede, tanto o marketing de divulgação estão consolidados e tem como responsabilidade agregar e recrutar clientes de todos os nichos, mas, integrando e incluindo as lésbicas, gays, bissexuais, transexuais, entre outros

Imagem 15: Recorte do site destinado ao público LGBT da rede de hotéis Accor

The image shows a screenshot of the Accor website's LGBT promotion page. At the top, there is a navigation bar with the 'ALL ACCOR LIVE LIMITLESS' logo on the left and menu items: 'Hospedagem', 'Programa de fidelidade', 'Ofertas', 'Nossos parceiros', 'Atividades', 'Events & Co-working', 'Mais', 'PT-BR', 'EUR (€)', and a user account button 'A minha conta e os meus p...'. Below the navigation bar, the main heading reads 'Sua celebração mais completa'. There are three promotional cards:

- Card 1:** 'Que tal um esquentar da parada?' - 'Evento exclusivo no Pullman SP Ibirapuera pré Parada LGBTI+ de São Paulo! Associados ALL resgatam essa experiência única, contando com open bar e food, além de estações de maquiagem e cabelo para você chegar em grande estilo na maior parada do mundo!' - Button: 'Resgate essa experiência!'
- Card 2:** 'Guia do Viajante ALL & KAYAK' - 'ALL, em parceria com a KAYAK, é o patrocinador oficial do guia dos viajantes que participarão das maiores paradas LGBTI+ do mundo! Embarque nessa aventura e celebre o amor em grande estilo!' - Button: 'Confira nossas dicas!'
- Card 3:** 'Para onde ir durante o Pride Month?' - 'Vamos além de uma hospedagem repleta de comodidades e experiências únicas. Queremos garantir que você aprecie cada destino! Acompanhe nossa Magazine com dicas de onde e como viajar para celebrar o mês do orgulho LGBTI+' - Button: 'Leia Mais!'

A vertical 'Feedback' button is located on the left side of the page.

Fonte: <https://all.accor.com/promotions-offers/hub-offers/accor-lgbti.pt-br.shtml>

Ademais, o posicionamento omissivo por parte dos cinco comércios entrevistados vai de encontro com a posição da Prefeitura da cidade de Ouro Preto, que faz questão de divulgar, criar políticas e mostrar publicamente o interesse e o real acolhimento da causa LGBT, conforme mostrado no capítulo anterior. Por isso, a linha entre a acolhida e o medo é tênue em relação ao assunto discutido.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Levando em consideração os esclarecimentos obtidos pelo trabalho de campo e das considerações referentes ao tema, é necessário que haja uma discussão acerca da análise obtida após os resultados. É importante ressaltar que a presente pesquisa partiu do desejo de analisar quais eram os posicionamentos dos estabelecimentos de hospedaria da cidade de Ouro Preto a respeito da receptividade dos turistas integrantes da comunidade LGBTQIA+, uma vez que, conforme apontado nos capítulos anteriores, o município é cercado de diversidade e recebe pessoas de todas as classes.

Destarte, é notório o sentimento de que o público em questão é igual a qualquer outro, e de fato não deve haver distinções, mas é preciso entender o que cerca a hospitalidade para o público LGBTQIA+. Existem alguns pontos a serem levados em consideração quando o assunto é receber as pessoas em estabelecimentos hoteleiros. Essa interlocução entre quem recebe e quem é recebido precisa ser estabelecida com base na hospitalidade, sem ferir o íntimo de ambas as partes e, para isso, é necessário que haja certo tipo de treinamento dos funcionários para que eles possam lidar melhor com o público e para que não hajam situações desconfortáveis com o cliente.

Porém, o que pode ser notado a partir da análise das respostas é que os estabelecimentos comerciais de hotelaria têm receio de se adequarem a esse público, desde a preparação de seus funcionários até o marketing para divulgação do destino, uma vez que 100% dos estabelecimentos entrevistados não oferecem treinamento para os funcionários e nem mesmo fazem algum tipo de divulgação que tenha como público alvo a comunidade LGBT. A falta de preparação prévia para lidar e abordar melhor com tais, pode refletir em uma hostilidade vinda de ambas as partes, ofensas que geram incômodos reais (mesmo não sendo intencionais) por parte do comércio e, principalmente, a falta de interesse do turista em voltar para a cidade, consolidando até mesmo uma divulgação negativa do destino e do comércio em que ele se sentiu ofendido.

Considerando os apontamentos supracitados, vê-se que os estabelecimentos hoteleiros de Ouro Preto necessitam propor aos seus funcionários qualificação e instrução de como devem se comportar com clientes da comunidade LGBT, não somente depender do “senso comum” que disseram nas respostas, onde tratam todos iguais e não fazem distinção de tratamento entre os consumidores, e tal ação levará ao melhor desempenho da equipe interna do comércio, podendo aprimorar os serviços, inclusive, com outros públicos que geralmente recebem.

A atual pesquisa abre caminhos para sua continuidade em possíveis projetos futuros, tanto permanecendo na área da hospitalidade enquanto dádiva de receber e tratar bem os turistas LGBT, quanto na área de comercial de hotelaria, onde pode-se aprofundar sobre a abordagem dos regimentos internos e políticas de treinamento da rede de funcionários dos estabelecimentos, considerando a tratativas da interlocução entre o comportamento dos envolvidos na captação e recepção de clientes e os nichos específicos, mais especificamente a comunidade LGBTQIA+ abordada neste trabalho.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALMEIDA, Ana Beatriz Moreira Santos de. A hospitalidade acadêmica ao público LGBTQI+: entre o acolher e o hostilizar na Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP). 2021.

Arquivos Ouro Preto - Turismo Gay. Disponível em: <https://gay.tur.br/tag/ouro-preto/>. Acesso em: 09 de fev. 2023.

AUGUSTO, Cleicle Albuquerque et al. Pesquisa Qualitativa: rigor metodológico no tratamento da teoria dos custos de transação em artigos apresentados nos congressos da Sober (2007-2011). Revista de Economia e Sociologia Rural, v. 51, p. 745-764, 2013.

Blume, Bruno André: O que é homofobia? 2016. Disponível em: <https://www.politize.com.br/homofobia-o-que-e/>. Acesso em 09 de fev. 2023.

BOAVIDA, Ana Teresa. A experiência turística partilhada—contributos para a hospitalidade e retenção do destino turístico: o caso da feira do cavalo da Golegã. 2012. Tese de Doutorado.

CAMARGO, Luiz Otávio de Lima. Hospitalidade. São Paulo: Aleph, 2004.

CARNAVALOP. Carnaval Ouro Preto - Carnaval Ouro Preto. 2023. Disponível em: <https://carnavalop.com.br/> Acesso em: 09 de fev. 2023.

CASTRO NETTO, J. H.; PIMENTEL, T. D. Indicadores na Gestão da Hospitalidade Pública no Parque Ecológico Promotor Francisco Lins do Rego – Parque Ecológico da Pampulha (PEP) – Belo Horizonte – MG. ABET, Juiz de Fora, v.1, n.1, p. 49-63, jul./dez. 2011.

Como melhorar o atendimento ao público LGBT. Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/assuntos/noticias/como-melhorar-o-atendimento-ao-publico-lgbt>. Acesso em: 28 de fev. 2023.

Conheça a Casa dos Meninos, melhor hospedagem LGBT friendly em Ouro Preto. 2021. Disponível em: <https://revistaviag.com.br/casa-dos-meninos-hospedagem-lgbt-friendly-em-ouro-preto/> Acesso em 09 fev. 2023.

Curso de Turismo, UFOP. Disponível em: <https://turismo.ufop.br/detur/historia>. Acesso em 11 de mar. 2023.

Da Silva, Beatriz Flexa Ribeiro Proença Gomes. Brusadin, Leandro Benedini. A hospitalidade mineira contemporânea sob a percepção dos turistas em Ouro Preto (MG): generosidade x profissionalismo mercantil?”, Revista Turydes: Turismo y Desarrollo, n. 20 (junio 2016). Disponível em: <http://www.eumed.net/rev/turydes/20/generosidade.html> Acesso em: 17 de jun. 2022.

DALPIAZ, Roni Carlos Costa et al. A hospitalidade no turismo: o bem receber. Caxias

do Sul, 2010.

DE LIMA CAMARGO, Luiz Octávio. Os interstícios da hospitalidade. Revista Hospitalidade, p. 42-69, 2015.

GUIMARÃES, Ana Carolina Vilela; BRANDÃO, Pamela de Medeiros. IMPACTOS ECONÔMICOS GERADOS NA ATIVIDADE TURÍSTICA: A contribuição da hotelaria para o desenvolvimento local da Cidade do Natal/RN. 2009. Disponível em <https://observatoriodoturismo.es.gov.br/Media/observatorio/Publicacoes/Outras/Artigos/IMPACTOS-ECONOMICOS.pdf>.

História da UFOP. Disponível em: <<https://ufop.br/historia-da-ufop>> Acesso em 18 de jun. 2022.

HUMAN, B. 2008. “Historic Town and tourism”. Disponível em <http://www.insights.org.uk/articleitem.aspx?title=Historic%20Towns%20and%20Tourism> Acesso em 10 de mar. 2023.

Infraestrutura turística: o que é e como é formada? Disponível em: <https://maestrovirtuale.com/infraestrutura-turistica-o-que-e-e-como-e-formada/> Acesso em: 27 de fev. 2023

JORNAL AGÊNCIA PRIMAZ. Parada LGBTQIAP+ volta a Ouro Preto, após 12 anos 2022. Disponível em: <https://www.agenciaprimaz.com.br/2022/06/11/parada-lgbtqiap-ouro-preto/> Acesso em 09 de fev. 2023.

JORNAL VOZ ATIVA. Ouro Preto apresenta projetos importantes para a população LGBTQIA+. 2022. Disponível em: <https://jornalvozativa.com/noticias/ouro-preto-projetos-importantes-populacao-lgbtqia/> Acesso em: 10 fev. 2023.

LOURO, Patrícia Ascenso. Turismo acessível: a qualidade dos serviços prestados na hotelaria a hóspedes com necessidades especiais de acesso na região de Leiria. 2019. Tese de Doutorado.

Melhores destinos LGBTQIA+ brasileiros | 2º Prêmio Viaja Bi! (2023) Disponível em: <https://viajabi.com.br/melhores-destinos-lgbtqia-brasileiros-2o-premio-viaja-bi/> Acesso em: 09 de fev.2023.

Minas Gerais é uma das 10 regiões mais acolhedoras do mundo. Disponível em: <<https://news.booking.com/pt-br/minas-gerais-e-uma-das-10-regioes-mais-acolhedoras-do-mundo/>> Acesso em: 20 de jun. 2022.

Monteiro, Marcelo da Graça. As Relações entre Hospitalidade e Turismo: Análises e Perspectivas dos Ambientes em que Ocorrem. IV SeminTUR – Seminário de Pesquisa em Turismo do MERCOSUL, Caxias do Sul, RS, Brasil, 2006. Disponível em: https://www.uces.br/ucs/tplSemMenus/eventos/seminarios_semintur/semin_tur_4/arquivos_4_seminario/GT14-7.pdf Acesso em: 15 de jun. 2022.

MORRISON, Alastair M. Marketing de hospitalidade e turismo. São Paulo: Cengage Learning, v. 22, 2012.

NATIVIDADE, Marcelo; DE OLIVEIRA, Leandro. Sexualidades ameaçadoras: religião e homofobia (s) em discursos evangélicos conservadores. *Sexualidad, Salud y Sociedad-Revista Latinoamericana*, n. 2, p. 121-161, 2009.

NEVES, Christopher Smith Bignardi. Turismo LGBTQ+: Aplicação bibliométrica na pesquisa científica dos Programas de Pós-Graduação em Turismo no Brasil (1997-2019). *Cenário: Revista Interdisciplinar em Turismo e Território*, v. 9, n. 1, p. 84-103, 2021.

OLIVEIRA JUNIOR, Tomaz Edson Ribeiro de. A importância da comunidade LGBT como segmento de interesse da hotelaria. 2014.

Ouro Preto - Patrimônio Cultural Mundial. Disponível em: <https://ouropreto.mg.gov.br/turismo/acidade>. Acesso em: 28 de fev. 2023.

Parada LGBTQIAP+ volta a Ouro Preto, após 12 anos. Disponível em: <https://www.agenciaprimaz.com.br/2022/06/11/parada-lgbtqiap-ouro-preto/> Acesso em: 10 de fev. 2023.

Plentz, Renata Soares. O PAPEL DA HOSPITALIDADE NA BUSCA DE UM OUTRO TURISMO. 2005. Disponível em: <https://www.ucs.br/site/midia/arquivos/gt8-o-papel.pdf> Acesso em: 17 de jun. 2022.

PRACE. UFOP e Prefeitura de Ouro Preto realizam pesquisa de mapeamento da população LGBTQIAP+. 2021. Disponível em: <https://ufop.br/noticias/comunidade/ufop-e-prefeitura-de-ouro-preto-realizam-pesquisa-de-mapeamento-da-populacao>. Acesso em 09 de fev. 2023

Reconhecimento internacional da hospitalidade mineira anima turismo rural. Disponível em: <https://www.agenciaminas.mg.gov.br/noticia/reconhecimento-internacional-da-hospitalidade-mineira-anima-turismo-rural> Acesso em 18 de jun. 2022.

Resumo sobre Ouro Preto. Disponível em: <https://www.resumoescolar.com.br/historia-do-brasil/resumo-sobre-ouro-preto/> Acesso em 18 de jun. 2022.

REZENDE, Yuri Alexandre Estevão; DOS SANTOS ALVES, Kerley; VILLASCHI, João Nazário Simões. Corpos dissidentes na rua: Territorialidade e identidades acionadas no carnaval de Ouro Preto (MG). *Revista Periódicus*, v. 1, n. 8, p. 213-237, 2017.

Saint-Hilaire, Auguste de. Viagem pelas províncias do Rio de Janeiro e Minas Gerais . 1. Vol. 126. 1ª Edição. Companhia Editora Nacional. 1938.

SAMPAIO, Carlos Alberto Cioce. Turismo como fenômeno humano: princípios para pensar a ecossocioeconomia do turismo e sua prática sob a denominação turismo comunitário. *Revista Turismo em Análise*, v. 18, n. 2, p. 148-165, 2007.

Semana Santa em Ouro Preto. Disponível em: <<https://turismoouropreto.com/semana-santa/semana-santa-em-ouro-preto/>> Acesso em 19 de jun. 2022.

SECRETARIA MUNICIPAL DE CULTURA E TURISMO. Escolha Popular da Corte Momesca e da Rainha da Diversidade LGBTQIAP+. 2023. Disponível em: <https://ouropreto.mg.gov.br/turismo/evento/322>. Acesso em 10 de fev. 2023.

Significado de hospitalidade. <https://www.significados.com.br/hospitalidade/>.

Site “Turismo Ouro Preto”. POR QUE OURO ORETO SE TORNOU PATRIMÔNIO CULTURAL DA HUMANIDADE. Disponível em: <<https://turismoouropreto.com/blog/por-que-ouro-oreto-se-tornou-patrimonio-cultural-da-humanidade/>> Acesso em 19 de jun. 2022.

SOARES, Geísa Martins. Os Impactos do Turismo em Cidades Históricas–Estudo de Caso Tiradentes MG. IV Seminário de Pesquisa em Turismo do MERCOSUL, 2006.

SPIX, J. V.; MARTIUS, C. F. Ph. von (1981 [1831]). Viagem pelo Brasil, v. 1820, n. 3, 1817.

Tudo isso é ALL e para Todes!. Disponível em: <<https://all.accor.com/promotions-offers/hub-offers/accor-lgbti.pt-br.shtml>> Acesso em: 9 de mar. 2023.

Turismo. Disponível em: <<https://mundoeducacao.uol.com.br/geografia/turismo.htm>> Acesso em 18 de jun. 2022.

APÊNDICE

1-

Roteiro semiestruturado Monografia

1. Qual é o público alvo do estabelecimento?

2. Vocês recebem casais/pessoas homossexuais com qual frequência?

3. Vocês possuem alguma política para receber esse público?

4. Vocês fazem marketing de divulgação para o público LGBT?

5. Os funcionários do local possuem treinamento para atender o público LGBT?

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pelo Google.

Google Formulários