

## CONSUMO DE TURISMO E LAZER: UM ESTUDO DE CASO SOBRE O PÚBLICO LGBTQIA+ EM TERESINA, PI

### CONSUMPTION OF TOURISM AND LEISURE: A CASE STUDY ON THE LGBTQIA+ AUDIENCE IN TERESINA, PI

Laércio Ramon da Silva Nascimento<sup>1</sup>  
Alexandre Rabelo Neto<sup>2</sup>  
Shaiane Vargas da Silveira<sup>3</sup>

94

#### RESUMO

Esta pesquisa teve como objetivo identificar aspectos relacionados ao consumo do lazer e turismo do público LGBTQIA+ em Teresina/PI. Com o propósito de compreender as perspectivas do consumidor, seus aspectos econômicos, dinâmicos social LGBTQIA+. Partindo desse cenário no qual expõe duas vertentes sobre o perfil de consumo da comunidade LGBTQIA+, um lado o lazer é compreendido como uma ação estritamente ligada ao entretenimento e ao lucro de mercado. De outro lado, se expressa na busca inclusão social como forma de cultura e criação de identidade cultural (Moreira; Campos, 2019), foi que emergiu o interesse na problemática em questão. Esta pesquisa se caracteriza- como exploratória, descritiva, de natureza, predominantemente qualitativa (Bardin, 2011). Como instrumento metodológico, optou-se por entrevista estruturada, destinada a três sujeitos da comunidade LGBTQIA+. Para a análise dos resultados, considerou que junto a isso foi possível confrontá-los junto a literatura, o estudo teve direcionamento pelos *streamings* de buscas nas plataformas de pesquisas, consideradas a partir da análise previa de estudos já realizando sobre essa linha de estudo. Nos resultados obtidos foi possível identificar que, a oferta do Lazer e do Turismo em Teresina, na percepção dos entrevistados (as), é necessária avançar um pouco mais, principalmente, no que concerne à diversificação dessa oferta, a consolidação da identidade cultura, e no combatendo ao desrespeito e preconceito. Apreende-se que, as ações que movimentem a comunidade LGBTQIA+ necessitam de articulações do poder público e da iniciativa privada, para que ambas se complementem, na busca do atendimento às demandas históricas, sociais, políticas, culturais e econômicas do público LGBTQIA+.

**Palavras- chaves:** Lazer. Turismo. Consumo. LGBTQIA+

#### ABSTRACT

This research aimed to identify aspects related to the consumption of leisure and tourism by the LGBTQIA+ public in Teresina/PI. With the purpose of understanding the consumer's perspective, its economic aspects, LGBTQIA+ social dynamics. Starting from this scenario in which it exposes two aspects of the consumption profile of the LGBTQIA+ community, on the one hand, leisure is understood as an action strictly linked to entertainment and market profit. On the other hand, expressed in the search for social inclusion as a form of culture and creation of cultural identity (MOREIRA E CAMPOS, 2019), this is where interest in the issue in question emerged. This research is characterized as

<sup>1</sup> Mestre em Gestão Pública pela Universidade Federal do Piauí (UFPI) e Graduado em Administração pela CHRISFAPI. Professor da Universidade Estadual do Piauí (UESPI). Lattes: <http://lattes.cnpq.br/8247024568688550>. Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-8461-0222>. E-mail: [admramon@ufpi.edu.br](mailto:admramon@ufpi.edu.br).

<sup>2</sup> Pós-Doutor em Gestão Urbana pela Pontifícia Universidade Católica do Paraná (PUCPR), Doutor em Administração de Empresas pela Universidade de Fortaleza (UNIFOR) e Graduado em Administração de Empresas pela Universidade Estadual do Piauí (UESPI). Professor do Programa de Pós-Graduação em Gestão Pública e do Programa de Mestrado Profissional em Administração Pública da Universidade Federal do Piauí (UFPI). Lattes: <http://lattes.cnpq.br/2630571885105078>. Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-8480-6209>. E-mail: [alexandrenaka@hotmail.com](mailto:alexandrenaka@hotmail.com).

<sup>3</sup> Doutora em Políticas Públicas pela Universidade Federal do Maranhão (UFMA) e Graduada em Turismo pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUC-RS). Professora do Programa de Pós-graduação em Gestão Pública da Universidade Federal do Piauí (UFPI). Lattes: <http://lattes.cnpq.br/0009431171104951>. Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-7997-135X>. E-mail: [shaiane@ufpi.edu.br](mailto:shaiane@ufpi.edu.br).

O Conteúdo desta produção é de inteira responsabilidade do autor.

Rev. Inf. Cult., v. 5, n. 1, jan./jun. p. 94-110, 2023. E-ISSN: 2674-6549.

Site: <https://periodicos.ufersa.edu.br/ric>

DOI: 10.21708/issn2674-6549.v5i1a11730.2023

Licença: cc-by-sa/4.0

exploratory, descriptive, predominantly qualitative in nature (BARDIN, 2011). As a methodological instrument, we opted for a structured interview, aimed at three subjects from the LGBTQIA+ community. For the analysis of the results, it was considered that along with this it was possible to compare them with the literature, the study was guided by streaming searches on research platforms, considered based on the previous analysis of studies already carried out on this line of study. In the results obtained, it was possible to identify that the offer of Leisure and Tourism in Teresina, in the perception of the interviewees, is necessary to advance a little further, mainly with regard to the diversification of this offer, the consolidation of cultural identity, and in combating disrespect and prejudice. It is clear that actions that move the LGBTQIA+ community require coordination between public authorities and the private sector, so that both complement each other, in the quest to meet the historical, social, political, cultural and economic demands of the LGBTQIA+ public.

**Keywords:** Leisure. Tourism. Consumption. LGBTQIA+

**Data de submissão:** 07.02.2023.

**Data de aprovação:** 12.07.2023.

## 1 INTRODUÇÃO

Consumir lazer e o turismo, perpassa a ideia de cultura e entretenimento, capazes de promover uma interação social. Nessa concepção, “o lazer e o turismo são campos propícios, ou estão, essencialmente, sendo reproduzidos como produtos consumidos pela sociedade do entretenimento” (Angelo; Forgaça, 2013 p. 100). Nessa perspectiva, Gomes (2004, p. 125), considera que o turismo e lazer constituem uma dimensão da cultura que se constrói, por meio da vivência lúdica nas manifestações culturais em um tempo/espço conquistado pelo sujeito ou grupo social, estabelecendo relações dialéticas com as necessidades, os deveres e as obrigações, especialmente com o trabalho produtivo.

Considerar o lazer e o turismo como uma dimensão da cultura, significa crer que as vivências de cada indivíduo são movidas por significados, visto que em meio à diversidade cultural, o público LGBTQIA+<sup>4</sup>, na última década, tem crescido e alcançado visibilidade, construindo perfis diversificados sobre as maneiras de ser divertir e de estar bem. (Guerra; Wiesinieski; Brasileiro, 2018).

Para Santos, Costa e Araújo (2017), o crescimento do movimento pela comunidade LGBTQIA+ passou a migrar de um mercado marginalizado para uma indústria próspera na maior

---

<sup>4</sup> Nomenclatura LGBTQIA+ (lésbicas, gays, bissexuais, transexuais, travestis, queer, intersexo e assexuais) As Letras expressam respeito à orientação sexual e à identidade de gênero (Soares, 2021).

parte do mundo ocidental, como nos Estados Unidos, no Reino Unido e mais recentemente em alguns estados do Brasil.

Movido pelo percurso da busca pela igualdade sobre esse público, a sociedade já apresenta outro olhar para com a diversidade sexual, onde a princípio só existia preconceito. 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. Empresários começaram a dar maior atenção a esse nicho, visando prover particularidades específicas para a comunidade (Guerra, 2015).

Estudos apresentam que em relação ao consumo do lazer e da atividade turística do público LGBTQIA+, a academia, produz dados em torno desse perfil, criando um estereótipo deturpado e as campanhas publicitárias, realizam uma oferta exagerada e apelativa em torno da possibilidade de realização do ato sexual (Moreira; Campos, 2019). Ambos, academia e mercado, retroalimentam-se nos dizeres. Assim compreendido, tanto mercado quanto academia não possui como alvo a inclusão do sujeito LGBTQIA+, deixando ausentes suas demandas históricas, sociais, políticas e culturais contingenciadas, visando apenas os potenciais e retorno financeiro que a promessa de inclusão social pode lhe gerar afirma (Moreira; Campos, 2019, p56).

No Brasil, o universo LGBTQIA+, segundo informações divulgadas pelos jornalistas (Vasconcelos; 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”. No lazer e no Turismo em Teresina, no estado do Piauí, por exemplo em sua receptividade ao público LGBTQIA+, a Prefeitura Municipal desta cidade lançou o Plano Municipal de promoção da cidadania e direitos humanos de LGBT, no eixo turismo, esporte e lazer, com o propósito de capacitar profissionais da rede hoteleira, divulgar os serviços LGBTQIA+ e realizar ações culturais intersetoriais (Brasil, 2016).

Teresina capital do Piauí, representa uma das poucas capitais a não ter litoral em seu entorno. Contudo, visitá-la significa conhecer uma das principais cidades históricas daquele Estado. E, como não depende de praia, Teresina tem atrações para o ano inteiro. É uma cidade linda, histórica e muito verde, com parque, rios, áreas verdes diversas, lagos. (Portugal, 2022).

O Conteúdo desta produção é de inteira responsabilidade do autor.

**Rev. Inf. Cult.**, v. 5, n. 1, jan./jun. p. 94-110, 2023. E-ISSN: 2674-6549.

Site: <https://periodicos.ufersa.edu.br/ric>

DOI: 10.21708/issn2674-6549.v5i1a11730.2023

Licença: cc-by-sa/4.0

Tratando como nicho e atentos aos bons resultados mundiais obtidos com esse público, empresários do setor de bares, hotelaria, casas noturnas, restaurantes, agências de turismo, boates, começaram a investir em produtos e serviços destinados a receber esse público ávido por entretenimento que, segundo Bonfanti (2011), essa busca pode estar ligada além do ato de se entreter, mais construir atividades culturais que englobem a comunidade LGBTQIA+.

Segundo Silva e Isayama (2020) na literatura, trabalhos sobre as temáticas lazer, políticas públicas e população LGBTQIA+, revelam-se escassos. O que aponta uma carência na produção de trabalhos que tratem as abordagens não só comerciais, mas também, políticas públicas de lazer que estão relacionadas à população LGBTQIA+ e mercado empreendedor. Considerando esse contexto, surgiu o seguinte questionamento: Como se configura o consumo de lazer e turismo do público LGBTQIA+, em Teresina /PI?

Partindo desse cenário, do qual expõem duas vertentes sobre o perfil da comunidade LGBTQIA+, de um lado é compreendido o lazer como uma ação estritamente ligada ao entretenimento ao lucro de mercado e, de outro lado busca uma inclusão social como forma de cultura e criação de identidade cultural. Determinou-se o objetivo desse estudo: Identificar os aspectos do consumo do lazer e turismo do público LGBTQIA+ em Teresina/PI. Onde trás em sua relevância de compreender as perspectiva do consumidor, seus aspectos econômicos e dinâmica social LGBTQIA+.

Esta pesquisa caracteriza como exploratória, descritiva, de natureza predominantemente qualitativa. Como instrumento metodológico, optou-se por entrevista estruturada, destinada a três sujeitos da comunidade LGBTQIA+. Para a análise dos resultados, considerou que junto a isso foi possível confrontá-los junto a literatura, o estudo teve direcionamento pelos *streamings* de buscas nas plataformas de pesquisas, consideradas a partir da análise previa de estudos já realizando sobre essa linha de estudo.

## 2 CONSUMO DE TURISMO E LAZER: UMA RELEITURA A PARTIR DA COMUNIDADE LGBTQIA+

Araújo e Lobo (2017, p. 3), apontam “que o turismo pode ser considerado um fenômeno complexo, pelos efeitos que produz no espaço, ao se promulgar simultaneamente em múltiplas dimensões, o que requer que se tenha uma visão transdisciplinar do fenômeno”. Isso consiste no efeito do deslocamento ao encontro de ambientes atrativos, na busca de troca de emoções e cultura de outros povos.

Em contrapartida o lazer compreende um conjunto de ocupações às quais o indivíduo pode entregar-se de livre vontade, seja para repousar, seja para divertir-se, recrear-se e entreter-se ou ainda para desenvolver sua formação desinteressada, sua participação social voluntária, ou sua livre capacidade criadora, após livrar-se ou desembaraçar-se das obrigações profissionais, familiares e sociais (Dumazedier, 1973, p. 34).

As situações e práticas de turismo/lazer (re) produzem identidades, que não são necessariamente autoconscientes, tampouco elaboradas para atingir algum fim específico, mas praticadas à medida que são corporificadas (Crouch; Aronsson; Wahlström, 2001). Crouch e Desforges (2003) demonstram como espaço e identidades reproduzem ou inovam práticas, relações e representações.

Essa interação sobre o turismo e lazer vem como uma dimensão da cultura, sendo esta concebida como um campo privilegiado de produção humana em várias perspectivas. Dessa maneira, constituído conforme as peculiaridades do contexto histórico e sociocultural no qual se desenvolve, o lazer implica “produção” de cultura — no sentido da reprodução, construção e transformação de diversos conteúdos culturais usufruídos por parte de pessoas, grupos e instituições (Gomes, 2008).

Nessa pluralidade, e porque não dizer complementariedade, o turismo e o lazer fazem culminar o físico, o perceptual e o experiencial: em suas viagens, o turista não experienciará um conjunto separado de objetos, mas uma paisagem inteira (Knudsen; Rickly-Boyd; Metro-Roland, 2013). Na experiência turística, a paisagem é mais-que-visual (Wylie, 2013) e, derivada da

apreensão sensorial, cultural as normas performáticas ditarão a reprodução de paisagens no turismo (Edensor, 2007). Isso representa um fenômeno sociocultural que se manifesta em diferentes contextos (histórico, social, político, etc.) de acordo com os sentidos/significados que são produzidos e reproduzidos por meio de relações dialógicas dos sujeitos nas suas relações com o mundo.

Além da relação dos sujeitos na interação entre os fatores de bem estar, na busca de novas experiências, o consumo do lazer e do turismo reflete sobre as concepções políticas e sociais, fatores estes que influenciam diretamente nessa denominação do consumo Lazer/Turismo, aos efeitos da segurança, custos e políticas de incentivo. Entende-se a complexidade de desenvolver ações e políticas que visem, de fato, à democratização do acesso ao lazer englobando desde instrumentos de planejamento, avaliação e infra-estrutura (Tavares; Isayama, 2014).

Para caracterizar o consumo LGBTQIA+ no que diz respeito, principalmente, a prática de lazer e do turismo, utilizou-se as estatísticas disponíveis recentemente publicadas pela (OMT, 2017). Tais estatísticas apontam uma relação entre o aumento do consumo de bens e serviços em viagens de lazer com o público gay. O consumo se relaciona com o sentido que a experiência proporciona, é uma forma de identificar-se com determinado grupo. Desta forma, a posse de determinados bens, ou usufruto de determinados serviços auxilia os indivíduos na construção de uma identidade.

A inserção social homossexual, hoje denominado LGBTQIA+, se dá por meio de suas experiências aliadas a sua forma de viver. Uma das formas de inclusão social se faz por meio do consumo (Stefani, 1998). Ademais, existem certos espaços destinados ao consumo específicos para as denominadas minorias sociais, com a finalidade de se auto afirmarem enquanto consumidores potenciais, e por meio deste empoderamento de inclusão social.

Além disso, o debate sobre identidade sexual trazido pelo movimento LGBTQIA+, acarretou na ascensão das tendências de consumo específicas deste público. Os dados evidenciam a relevância econômica e o impacto social que esse grupo gera no contexto brasileiro, cuja expansão de público representa uma possibilidade de consumo potencial a ser explorado, no qual o mercado necessita investir (Sanches; Mancini; Nascimento, 2011).

Para Lipovetsky (2007, p. 61), “nada ilustra melhor a dimensão hedonística do consumo que o papel crescente dos lazeres em nossas sociedades”. Para este filósofo francês, as despesas voltadas para o lazer e cultura têm ocupado espaço nas finanças de parte da população. Ainda, segundo o autor, o turismo se caracteriza por ter se tornado a primeira indústria mundial, o que fez com que analistas apontassem para um novo capitalismo voltado para o divertimento e lazer, e de produtos culturais.

Por alguns anos, os locais de lazer LGBTQIA+, como as boates e bares, ficavam centralizados nas periferias, distantes das áreas tradicionais de lazer das cidades. Essas áreas eram marcadas como locais de convivência que proporcionavam a essas pessoas liberdade de expressão e sexual, fora dos espaços HETERONORMATIVOS (Costa; Bernardes, 2013).

Pensando na atualidade, segundo Freitas e Ghiraldello, (2014), no Brasil, São Paulo e Rio de Janeiro são consideradas as maiores cidades que investem nas mais variadas formas de lazer para o público LGBTQIA+, oferecendo a este público liberdade, sem o peso da repressão e do preconceito (Reis; Martins, 2020).

De acordo com Neves, (2014), o Brasil é um dos países mais procurados pelo público homossexual, com destaque para a cidade do Rio de Janeiro como o lugar que mais acolhe a população LGBTQIA+, tendo em vista que o carnaval deste estado é o evento que mais atrai turistas deste meio. Nos demais períodos do ano, a cidade é frequentada por pessoas LGBTQIA+ que buscam entretenimento em bares e boates frequentadas por este público.

Conforme (Ortolano, 2010) ressalta a importância da criação de ambientes de lazer que consigam contemplar as pessoas LGBTQIA+, pois esses espaços são fundamentais para a construção de significados, definições sobre sexualidade, desejo, identidade, nos quais a sexualidade possa ser considerada e sua descoberta seja tratada com mais naturalidade, encontrando um estilo de vida. (Reis; Martins, 2020).

### 3 METODOLOGIA

Esse estudo se caracteriza como exploratório, descritivo, e de natureza predominantemente qualitativa, seu método prevê a utilização de múltiplas técnicas de coleta de dados: entrevistas e análise de conteúdo. A priori na análise de conteúdo buscou identificar elementos teóricos que pudesse categorizar o direcionamento deste estudo, através da busca de estudo que norteavam esta área de contração. Essas buscas foram realizadas em bases de dados de pesquisas partindo do *streaming* de busca (Consumo do Turismo e Lazer; Diversidade Cultural; Políticas Públicas ao Consumo), seu tratamento de análise organizou-se em: pré-análise, a exploração do material, o tratamento dos resultados (Bardin, 2011).

Na pré-análise foi a fase de organização propriamente dita, tem como objetivo sistematizar e operacionalizar as ideias iniciais, de forma a conduzir um esquema do desenvolvimento das ações seguintes, em um plano de análise. Essa fase foi destinada a criar uma base teórica por meio de estudo que seguem com mesma linha de estudo desta pesquisa, capaz de conduzir os objetivos da pesquisa.

Seguindo com exploração do material nessa etapa foi possível categorizar e fundamentar os princípios da discussão teórica onde levou à fundamentação das categorias usadas no comando pesquisa que vinham de encontro aos objetivos e às ideias teóricas. No quadro 01 apresentam-se o tratamento dos resultados, onde foi possível fundamentar os *streamings* da pesquisa, evidenciadas na exploração de material.

Quadro 1 - Categorias de concentração de pesquisa

CATEGORIAS	OBJETIVOS	IDEIAS	AUTORES
Consumo do Turismo e Lazer	Analisar do consumo de lazer e turismo do público LGBTQIA+	São poucos os espaços de lazer para jovens e demais pessoas assim bem como para o público LGBTQIA+ do Brasil. O autor também ressalta a importância da criação de ambientes de lazer que consigam contemplar as pessoas LGBTQIA+. Esses espaços são fundamentais para a construção de significados, definições sobre sexualidade, desejo, identidade, nos quais a sexualidade possa ser considerada	Ortolano (2010); Reis e Martins (2020).

O Conteúdo desta produção é de inteira responsabilidade do autor.

Rev. Inf. Cult., v. 5, n. 1, jan./jun. p. 94-110, 2023. E-ISSN: 2674-6549.

Site: <https://periodicos.ufersa.edu.br/ric>

DOI: 10.21708/issn2674-6549.v5i1a11730.2023

Licença: cc-by-sa/4.0

		e sua descoberta seja tratada com mais naturalidade.	
Diversidade Cultural	Compreender a perspectiva do consumidor LGBTQIA+	Em meio a diversidade cultural, o público LGBTQIA+ <sup>1</sup> na última década tem crescido e alcançado visibilidade, construindo perfis diversificados sobre as maneiras de ser divertir e de estar bem, advinda de ações efetivas, esse alcance é gradativo de conquistas de alguns direitos básicos para o exercício pleno da cidadania; Esse público é 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.	Guerra, Wiesinieski, Brasileiro (2018). Vasconcelos e Amorim (2012)
Políticas Públicas ao Consumo	Identificar aspectos econômicos e dinâmica social	O crescimento do movimento pela comunidade LGBTQIA+ passou a migrar de um mercado marginalizado para uma indústria próspera na maior parte do mundo ocidental; O turismo e o lazer, consistem em uma dimensão da cultura construída por meio da vivência lúdica das manifestações culturais, conquistado pelo sujeito ou grupo social, estabelecendo relações dialéticas com as necessidades, os deveres e as obrigações; O mercado e a academia não possui como alvo a inclusão do sujeito LGBTQIA+, ainda são ausentes suas demandas históricas, sociais, políticas e culturais contingenciadas, visando apenas os potenciais e retorno financeiro que a promessa de inclusão social pode lhe gerar.	Santos, Costa e Araújo (2017), Moreira (2019, p. 56). Gomes (2004, p. 125).

Fonte: Dados da pesquisa

Identificado às categorias, foi possível estabelecer uma lógica sobre os objetivos do estudo e os princípios que a literatura trouxe em discussão, que garantiram fundamentos para a elaboração do instrumento de pesquisa. O instrumento utilizado foi uma entrevista estruturada

O Conteúdo desta produção é de inteira responsabilidade do autor.

**Rev. Inf. Cult.**, v. 5, n. 1, jan./jun. p. 94-110, 2023. E-ISSN: 2674-6549.

Site: <https://periodicos.ufersa.edu.br/ric>

DOI: 10.21708/issn2674-6549.v5i1a11730.2023

Licença: cc-by-sa/4.0

que partiram de 5 (cinco) questionamentos direcionado a 3 (três) sujeitos residente em Teresina, capital do Piauí, onde os quais se denominaram fazer parte da comunidade LGBTQIA+.

As entrevistas foram realizadas remotamente no período 05 a 15 de março de 2022, obedecendo aos cuidados com COVID-19, as escolhas dos sujeitos foram de forma espontânea, com garantia do sigilo a identidade dos participantes. Os questionamentos realizados na entrevista tiveram relação com os objetivos desse estudo, correspondendo ideias centrais discutidas na literatura.

Os questionamentos utilizados na entrevista foram: (1) Considerando o consumo e o turismo e lazer o que você busca nesse mercado em Teresina? Você se sente atraído ao turismo e lazer em Teresina? (2) Como você avalia a oferta dos serviços de turismo e lazer ao público LGBTQIA+ é possível descrever essas ofertas? (3) Você considera que o público LGBTQIA+ busca apenas diversão e entretenimento, você se sente representado? (4) Você considera que o público LGBTQIA+ vem passando por diversidade cultural, onde não só a diversão é levada como entretenimento, mais também a busca de conhecimento, valores e identidade. Você consegue sintetizar o seu perfil sobre a LGBTQIA+? (5) Numa perspectiva econômica e social, o turismo e lazer em Teresina é uma atividade acessível? O que você considera melhorar para que esse público seja contemplado como um todo?

A ultima fase metodológica representa o tratamento e análise dos resultados. Após a conclusão das entrevistas, seu conteúdo passou por uma análise do discurso (AD), concentrando as principais ideias numa busca, sempre que possível, de interação social com a literatura revisada, prezando, dessa maneira, o diálogo a teoria. O resultado dessa fase será apresentado na análise dos resultados, a seguir.

#### 4 ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS RESULTADOS

A seguir, serão apresentados os resultados da análise de conteúdo feita mediante as entrevistas realizada, com 3 (três) sujeitos residente em Teresina, capital do Piauí, onde os quais se denominaram fazer parte da comunidade LGBTQIA+. Vale ressaltar que as categorias buscas

(Consumo do Turismo e Lazer; Diversidade Cultural; Políticas Públicas ao Consumo) serviram como pilar de elaboração do roteiro de entrevistas.

Quanto à busca do consumo do turismo e lazer e sua representatividade no mercado em Teresina, entre os entrevistados foi unânime os anseios por aquilo que buscam: respeito, entretenimento, liberdade, além ambientes mais calmos com boa música. Porém no que diz respeito a diversidades desses espaços, ficou evidenciado que os ambientes oferecidos à comunidade LGBTQIA+ ainda se limitam a bares e boates, retratando poucas opções por parte dos entrevistados.

Mesmo Teresina sendo considerada uma capital que remete a algo mais desenvolvido em relação a esses espaços de consumo, um dos entrevistados considera-a como um local em transformação, pois ainda, há muito a ser oferecido para o público em questão.

E1. Entretenimento. Um lugar para me divertir e tomar uma cerveja gelada. Me sinto atraído no turismo de Teresina, gosto dos ambientes alternativos, sem preconceito, que atenda todos os públicos e que toque músicas diversificadas.

E2. Em Teresina, de modo particular, não observo muitos lugares ao público LGBTQIA+. Os poucos lugares que vejo são bares, conhecidos como “bares alternativos” que disponibilizam de certo modo uma “liberdade” ao público gay, liberdade na qual me refiro de trocarmos carícias com suas /seus parceiros / parceiras e algumas boates gays na qual não frequento.

E3. Eu busco identidade e representatividade, e acima de tudo a segurança e o conforto necessário para que a diversão seja completa. Em Teresina considero um local em transformação, o lazer em especial ao público citado ainda deixa muito a desejar, por poucas opções.

Por alguns anos, os locais de lazer LGBTQIA+, como as boates e bares, ficavam centralizados nas periferias, distantes das áreas tradicionais de lazer das cidades. Essas áreas eram marcadas como locais de convivência que proporcionavam a essas pessoas liberdade de expressão e sexual, fora dos espaços heteronormativos (Costa; Bernardes, 2013). Esses espaços são fundamentais para a construção de significados, definições sobre sexualidade, desejo, identidade, nos quais a sexualidade possa ser considerada e sua descoberta seja tratada com mais naturalidade (Reis; Martins, 2020).

Com relação à avaliação da oferta dos serviços ao público LGBTQIA+, a fala dos entrevistados remete a um pensamento de atraso que retrata em ambientes engessado ao

publico diverso que às vezes vem atrelado ao medo e preconceito. Tratando-se de uma capital mesmo com o avanço social os entrevistados julgam uma mentalidade retrograda e com baixo investimento por parte do poder públicos e do empresariado. Também consideram são ausentes, demandas que inspirem sentimento de identidade no público LGBTQIA+.

E1. A oferta se tratando de uma capital acredito que ainda seja regular, pois temos poucos lugares para o público LGBTQIA+ , merecia mais lugares que atendessem nosso público.

E2. Acredito que por vivermos ainda em cidade um tanto retrograda, a lei da procura e da oferta ainda é um tanto escassa em nossa cidade, o medo atrelado ao preconceito e à violência ao público LGBTQIA+ ainda são fatores que me fazem repensar em andar pelos poucos lugares ofertado ao público gay.

E3. A oferta para público LGBTQIA+ é pouco diversas. Ainda vemos um mercado pouco explorado pelo empresariado, levando em consideração o avanço social e comparando a determinadas capitais que investem em casa noturnas, clubes e festas, festivais, espaços culturais que inspirem a identidade de gênero para esse público em especial. Considero Teresina longe de alcançar, a exemplo de São Paulo, Rio de Janeiro, Recife e Fortaleza. Em Teresina, com essa baixa oferta, acabamos nos misturando com o público hetero. Hoje, em Teresina, contamos nos dedos locais de referência. Temos, atualmente, novidades bastante atraída por nosso público, o público mais jovem, deixando de lado as gays mais adultas pouco atraídas, os quais ainda não conheci, porém bastante falado. Então acredito sim que poderíamos ter mais.

Segundo Freitas e Ghiraldello (2014) se algumas ofertas de lazer forem criadas e direcionadas a um público específico, ela consegue motivar essas pessoas que se identificam a participar, estimulando o consumo das atividades ofertadas. É a partir daí que as pessoas LGBTQIA+ buscam formas de vivenciar o lazer, atendendo ao seu perfil e necessidade.

Ao que remete à exploração da identidade LGBTQIA+ e sua diversidade, nos dias de hoje e a construção desse perfil no mercado LGBTQIA+, os entrevistados apresentaram um discurso que vai além de ambientes festivos e do entretenimento, mais também esperam desses espaços que a cultura, o conhecimento, o respeito, também, estejam voltados para a consolidação da identidade LGBTQIA+.

E1. Acredito que também falta cultura. Cinema com filmes com temáticas LGBTQIA+, peças teatrais. As pessoas estão cada vez mais procurando lugar

inclusivos, onde possam ser quem são, sem medo de sofrer alguma violência (homofobia). E lugares onde nós, temos espaço e somos respeitados e inclusos.

E2. Acredito numa busca de realização pessoal, como sexo e diversão, não necessariamente nesta ordem e nem numa visão de prioridade. Até porque a busca por diversão é relativizada pra quem a busca. Acredito que os tempos estão caminhando para uma mudança, ou pelo menos eu quero acreditar nisto, o cinema, a literatura, a música, séries de tv, as telenovelas, teatro dentre outros tem mostrado que podemos sim ser vistos e acima de tudo, representados e representadas.

E3. Considero a busca constante de consolidação da nossa identidade cultural em meio de um mundo diversificado, precisamos constantemente ainda bater de frente com muitas situações desgastante como desrespeito e preconceito. Busco o crescimento pessoal e de levar a conhecimento as pessoas sobre a necessidade de nos considerar pessoas iguais mesma com nossas diferenças particulares, busco acolhimento para os que ainda se sentem desmotivado e rejeitado, tento propagar o respeito e a dignidade e de que nós podemos conquistar tudo que queremos e ser tudo que quisermos. Trabalho em mim a competência e o respeito mútuo. Mostrando meu valor pessoal está acima de qualquer escolha pessoal que não interfira no bem estar de outros em questão.

A promoção de princípios e práticas de respeito à diversidade sexual e identidade de gênero é um meio importante para que os diferentes grupos sociais desconstruam a ideia de um mundo apenas heteronormativo e a diversidade cultural, o público LGBTQIA+<sup>1</sup> na última década tem crescido e alcançado visibilidade, construindo perfis diversificados sobre as maneiras de se divertir e de estar bem (Guerra; Wiesinieski; Brasileiro, 2018). Isso, conseqüentemente, ajuda na formação de opinião pública favorável, além do acordo de leis que garantam a plena cidadania à população LGBTQIA+ (Mello; Brito; Maroja, 2012).

No contexto econômica e em relação à dinâmica social, da oferta do turismo e lazer em Teresina, dois dos entrevistados dos entrevistados julgaram não ser acessível e não ter um suporte do poder público, fator que reflete diretamente na oferta e exploração desse mercado por parte dos empreendedores locais. Um dos entrevistados acredita ser acessível, porém não é tão explorado os fatores logísticos, segurança e diversidade o que remete a busca de efetivação de políticas públicas.

E1. não é nada acessível, os bares e locais que se tem para o público LGBTQIA+. Acredito que a maioria não tem acesso, além de não ter transporte público nessa cidade para levar as pessoas aos locais.

E2. Acessível eu acredito que seja, ela não é explorada da maneira que deveria ser. Ainda não são muitos os lugares para tal atividade de lazer. Pensar em políticas públicas de lazer é o primeiro passo para as comunidades LGBTQIA+. Isso não apenas em boates ou bares, mas a própria história de luta e representatividade numa sociedade que ainda mata gay e trans. Se faz necessário um pensamento de âmbito mais amplo, não podemos falar de diversão a uma sociedade que não respeita o que é diferente

E3. Sim, considero que a maioria dos atrativos são de forma centralizada no contexto logístico. A oferta de produtos considero igual a qualquer setor fora do contexto. Porém, o Turismo é pouco difundido e tímido em comparação aos atrativos para o público heteronormativo da nossa capital. Então, mais investimentos nesse setor, precisamos conquistar mais espaços, porém, com especificidade, estamos nos “escondendo” em locais que só querem nosso dinheiro, mas que não nos assegura segurança e respeito, um retrocesso social, visto que Teresina tem condições de investir bem nesse setor e fazer crescer o Turismo específico para nossa cidade.

Conforme Silva (2017), estudos apontam que, no Brasil, a população LGBTQIA+ encontra dificuldades para acesso às políticas públicas, aos seus direitos sociais e civis, à garantia da sua integridade física, ao trabalho e até a própria afirmação de sua identidade, ficando clara a existência de desigualdades sociais que tornam o grupo LGBTQIA+ um público marginalizado socialmente. O turismo e o lazer consistem em uma dimensão da cultura construída por meio da vivência lúdica das manifestações culturais, conquistado pelo sujeito ou grupo social, estabelecendo relações dialéticas com as necessidades, os deveres e as obrigações e ainda são ausentes suas demandas históricas, sociais, políticas e culturais contingenciadas (Moreira, 2019 p. 56).

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Entre as categorias LGBTQIA+, guiado pelo objetivo de identificar os aspectos do consumo do lazer e turismo em Teresina Piauí, foi possível destacar a relevância das perspectivas do consumidor, seus aspectos econômicos e sua dinâmica social. O estudo recaiu sobre a percepção de um segmento social que historicamente foi privado de exercer plenamente sua cidadania.

O Conteúdo desta produção é de inteira responsabilidade do autor.

Rev. Inf. Cult., v. 5, n. 1, jan./jun. p. 94-110, 2023. E-ISSN: 2674-6549.

Site: <https://periodicos.ufersa.edu.br/ric>

DOI: 10.21708/issn2674-6549.v5i1a11730.2023

Licença: cc-by-sa/4.0

O estudo revelou que mesmo com todas as conquistas pela igualdade e reconhecimento social, estar no meio social ainda é um desafio para o público LGBTQIA+, mesmo que seja para a buscar o Lazer e o Turismo. O medo e o preconceito ainda intimidam a comunidade LGBTQIA+, que pedem apoio para que sejam promovidos ações e espaços alternativos que acolham o perfil LGBTQIA+.

A oferta do lazer e do turismo em Teresina, na percepção dos entrevistados se faz presente, porem de maneira tímida. É necessário avançar na diversificação da oferta desses serviços, com foco, principalmente, na e consolidação da identidade cultural, no combate ao desrespeito e preconceito. A visão dos consumidores se mostra otimista ao acreditar que os tempos estão caminhando para uma mudança, que possibilite encontrar a identidade LGBTQIA+ no cinema, na literatura, na música, nas séries de TV, nas telenovelas, teatro dentre outros meios, mostrando sua representatividade.

Evidenciou-se, ainda, que ações que movimentem a comunidade LGBTQIA+ necessitam de articulações do poder público e da iniciativa privada para que ambas se complementem, no sentido de atender demandas históricas, sociais, políticas, culturais e econômicas perfis que vem se construindo em torno do público LGBTQIA+. O tema é ainda pouco explorado e carece de mais estudos para uma melhor compreensão sobre os significados e a dinâmica do movimento social e do público, bem como das implicações e nuances políticas da entrada dessa temática na esfera social.

## REFERÊNCIAS

- ANGELO, E. R B. Indústria cultural, lazer e turismo: percalços e perspectivas na contemporaneidade. **Revista História e Cultura**, Franca, SP, v. 2, n. 2, p. 97-110, 2013.
- AMORIM, D.; VASCONCELOS, B. Atenção especial ao mercado gay. **Correio Braziliense**, Brasília, 26 nov. 2012. Suplemento: Caderno Cidades, Economia no DF.
- ARAÚJO, G. A.; LOBO, C. Teoria Ator-rede e análise no turismo: um novo paradigma? **Turismo & Sociedade**, Curitiba, v. 10, n. 2, p. 1-24, 2017.

BONFANTI, Cristiane. **Gays fazem a economia girar**. Correio Braziliense, Brasília, p. 19, 2011. Suplemento: Caderno Economia.

CROUCH, D.; ARONSSON, L.; WAHLSTRÖM, L. Tourist encounters. **Tourist Studies**, Londres, v. 1, n. 3, p. 253-270, 2001.

CROUCH, D.; DESFORGES, L. The sensuous in the tourism encounter: introduction - the power of the body in Tourist Studies. **Tourist Studies**, Londres, v. 3, n. 1, p. 5-22, abr. 2003.

COSTA, B. P.; BERNARDES, A. Microterritorializações homoafetivas na cidade de Presidente Prudente-SP: o lazer noturno e as relações de interface. **Cidades**, v. 10, n. 17 2013.

DUMAZEDIER, J. **Lazer e cultura popular**. São Paulo. Autêntica, 1973.

FREITAS, A.; GHIRALDELLO, L. Lazer LGBT em Poços de Caldas/MG: um breve estudo. **Gestão e Conhecimento – Revista do Curso de Administração**, edição 2014, artigo 2, 2014.

GOMES, C. L. **Lazer: concepções organizadora**. In: DICIONÁRIO crítico do lazer. Belo Horizonte: Autêntica, 2004.

GUERRA, A. R. D. T.; WIESINIESKI, L. C. B. S.; BRASILEIRO, I. L. G. Lazer e turismo LGBT em Brasília/DF sob a perspectiva da hospitalidade. **Cenário**, Brasília, v. 6, n. 11, p. 75- 91, 2018. Disponível em: <https://periodicos.unb.br/index.php/revistacenario/article/view/18268>. Acesso em: 16 out. 2023.

GUERRA, A. R. D. T. **O Turismo LGBT em Brasília: desafios do lazer e da hospitalidade**. Brasília: CET; UnB, 2015.

GOMES, C. L. **Lazer, trabalho e educação: relações históricas, questões contemporâneas**. 2. ed. rev. ampl. Belo Horizonte: EDUFMG, 2008.

NEVES, M. **Gestão da qualidade dos serviços turísticos oferecidos ao grupo LGBTTS em Agências de Turismo em Ponta Negra**. Natal: [S./I.], 2014.

MELLO, L.; BRITO, W.; MAROJA, D. Políticas públicas para a população LGBT no Brasil: notas sobre alcances e possibilidades. **Cad. Pagu**, n. 39, p. 403-429, 2012.

LIPOVETSKY, G. **A felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo**. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

KNUDSEN, D. C.; METRO-R, M. M.; RICKLY-B, J. Landscape studies and tourism research. *In*: HOWARD, P.; THOMPSON, I.; WATERTON, E. (org.). **The Routledge Companion to Landscape Studies**. Londres; Nova York: Routledge, 2013.

ORTOLANO, F. Juventude e Paradas LGBT: espaços de lazer e manifestação das sexualidades. *In*: CONGRESSO INTERNACIONAL DE SALUT MENTAL Y DERECHOS HUMANOS, 9., 2010, [S.l.]. **Anais [...]**. [S.l.:s.n.], 2010.

OMT - ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO. **Second global report on LGBT Tourism**. Madri: UNWTO, 2017.

STEFANI, F. C. Turismo pink a segmentação do mercado turístico. *In*: CORIOLANO, L. N. M. T. (org.). **Turismo com ética**. Fortaleza: UECE, 1998. p. 284-301.

SANCHES, T. C.; Mancini, L. A.; Nascimento, M. A. N. Turismo GLS e o perfil do seu público consumidor na região norte do Paraná. **Turismo: Visão e Ação**, v. 13, n. 1, p. 81-95, 2011.

SANTOS, S. P.; COSTA, B. R.; L; ARAUJO, R. M. O Consumo de homens homossexuais no Brasil e as marcas de grife. **Caderno Profissional de Administração UNIMEP**, v. 7, n. 2, 2017.

SILVA, L. C. X.; ISAYAMA, H. F. Uma análise das políticas públicas de lazer para a população LGBT em Belo Horizonte. **Motrivivência**, v. 32, n. 63, p. 1-24, 2020.

TAVARES, M. L.; ISAYAMA, H. F. Na parada do lazer: delineando as ações de lazer em ONGs LGBT de Belo Horizonte. **Ver. Bras. Educ. Fís. Esporte**, São Paulo, v. 28, n. 4, p. 579-597, out./dez. 2014.

REIS, D. A. S.; MARTINS, A. M. Diversidade sexual e políticas públicas de lazer para as pessoas LGBTTI. **LICERE - Revista do Programa de Pós-graduação Interdisciplinar em Estudos do Lazer**, Belo Horizonte, v. 23, n. 4, p. 510-534, 2020. DOI: 10.35699/2447-6218.2020.26704. Disponível em: <https://periodicos.ufmg.br/index.php/licere/article/view/26704>. Acesso em: 16 out. 2023.

SILVA, L. A Cidade e os direitos LGBT: um olhar sobre as políticas públicas de promoção e defesa de lésbicas, gays, bissexuais, travestis e transexuais em Fortaleza. *In*: ENCONTRO NACIONAL DE GÊNERO, SEXUALIDADES E DIREITO I. 26., 2017, Brasília. **Anais [...]**. Brasília: CONPEDI, 2017.