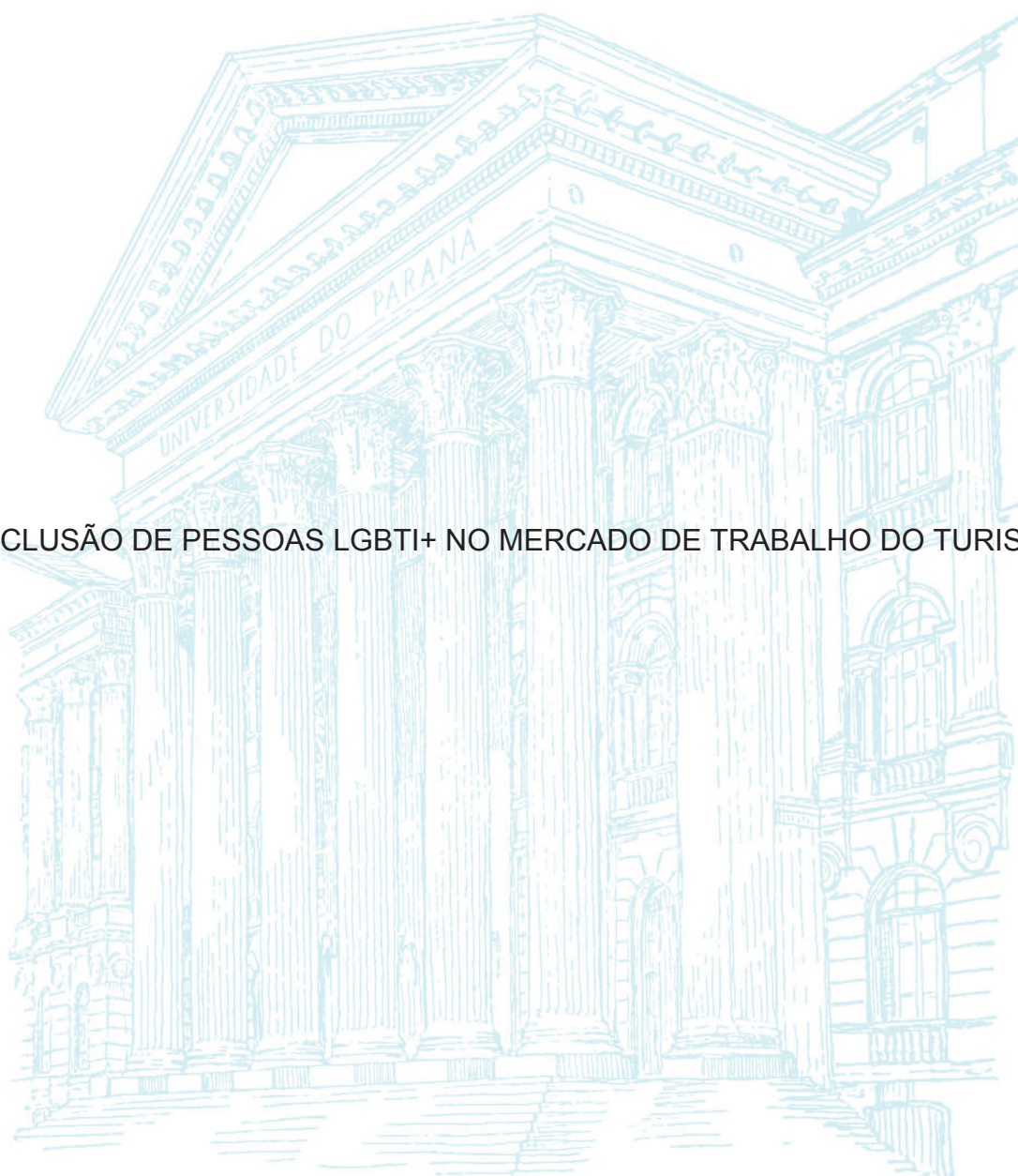


UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

LUCAS LISBOA MASIERO

A INCLUSÃO DE PESSOAS LGBTI+ NO MERCADO DE TRABALHO DO TURISMO



CURITIBA

2023

LUCAS LISBOA MASIERO

A INCLUSÃO DE PESSOAS LGBTI+ NO MERCADO DE TRABALHO DO TURISMO

Dissertação apresentada ao curso de Pós-Graduação em Turismo, Setor de Humanas, Universidade Federal do Paraná, como requisito à obtenção do título de Mestre em Turismo.

Orientador: Prof. Dr. Carlos Eduardo Silveira

CURITIBA

2023

DADOS INTERNACIONAIS DE CATALOGAÇÃO NA PUBLICAÇÃO (CIP)  
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ  
SISTEMA DE BIBLIOTECAS – BIBLIOTECA DO CAMPUS REBOUÇAS

Masiero, Lucas Lisboa.

A inclusão de pessoas LGBTI+ no mercado de trabalho do turismo /  
Lucas Lisboa Masiero – Curitiba, 2023.  
1 recurso on-line : PDF.

Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal do Paraná, Setor de  
Ciências Humanas. Programa de Pós-Graduação em Turismo.  
Orientador: Prof. Dr. Carlos Eduardo Silveira

1. Turismo. 2. Pessoas LGBTQIA+. 3. Inclusão social. 4. Mercado de  
trabalho. I. Silveira, Carlos Eduardo. II. Universidade Federal do Paraná.  
Programa de Pós-Graduação em Turismo. III. Título.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO  
SETOR DE CIÊNCIAS HUMANAS  
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ  
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO TURISMO -  
40001016079P9

## TERMO DE APROVAÇÃO

Os membros da Banca Examinadora designada pelo Colegiado do Programa de Pós-Graduação TURISMO da Universidade Federal do Paraná foram convocados para realizar a arguição da Dissertação de Mestrado de **LUCAS LISBOA MASIERO** intitulada: **A INCLUSÃO DE PESSOAS LGBTI+ NO MERCADO DE TRABALHO DO TURISMO**, sob orientação do Prof. Dr. CARLOS EDUARDO SILVEIRA, que após terem inquirido o aluno e realizada a avaliação do trabalho, são de parecer pela sua APROVAÇÃO no rito de defesa.

A outorga do título de mestre está sujeita à homologação pelo colegiado, ao atendimento de todas as indicações e correções solicitadas pela banca e ao pleno atendimento das demandas regimentais do Programa de Pós-Graduação.

Curitiba, 17 de Outubro de 2023.

Assinatura Eletrônica

07/11/2023 16:50:08.0

CARLOS EDUARDO SILVEIRA

Presidente da Banca Examinadora

Assinatura Eletrônica

19/10/2023 08:17:14.0

RICARDO LANZARINI GOMES SILVA

Avaliador Externo (UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE)

Assinatura Eletrônica

08/11/2023 10:34:52.0

MARINES DA CONCEIÇÃO WALKOWSKI

Avaliador Interno (UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ)

## AGRADECIMENTOS

Gostaria de expressar o meu agradecimento a todas as pessoas que estiveram ao meu lado durante o mestrado e a elaboração desta dissertação, incluindo a mim mesmo, que, num período sem muitas perspectivas diante de uma pandemia, encarou o desafio e seguiu o sonho de estar em uma pós-graduação.

Agradeço ao amigo Doug por ter passado comigo a maior parte deste processo e da vida, por vivenciarmos esse período nebuloso da pandemia juntos, tendo apenas a companhia física um do outro e ficarmos bem na medida do possível.

À minha querida amiga Brendha, pelo seu incentivo a ingressar no mestrado e por me trazer tanto orgulho por ser uma mulher pesquisadora que tem um caminho incrível pela frente.

Agradeço à minha mãe, que sempre esteve ao meu lado e sempre me amou e respeitou desde o momento em que soube que eu não era igual aos outros. Ao meu pai, que sobreviveu à COVID-19 depois de dias internado e teve alta do hospital no dia em que eu estava oficialmente matriculado como aluno no PPGTurismo. Aos meus irmãos Luis e Bruna, que mesmo com um contato distante e com suas próprias lutas, viam em mim um amor pelos estudos e pela pesquisa. E também à minha sobrinha Eduarda, na qual eu vejo o futuro e a esperança num mundo melhor.

Agradeço aos meus amigos que sempre me apoiaram. Mari, que desde a graduação esteve comigo, trazendo reflexões sobre a vida. Bárbara, que sempre viu em mim uma amizade forte e uma carreira próspera. Ao Primo, Bruninho, Cami e Agatinha, que sempre estiveram presentes em diversos momentos. E também aos diversos outros amigos que tive antes do mestrado. Aos amigos que fiz por causa do mestrado e às amizades que se fortaleceram: Well, Bea, Gabi, Guto, Ale e Val, Duda, Déia e Chris..

Quero agradecer imensamente ao meu orientador Caê, que, se não fosse por ele, em meu momento mais difícil, poderia ter abandonado meu sonho. Suas palavras "Não desista antes de tentar" estarão sempre comigo, além das orientações que me faziam sentir mais leve e acolhido.

À Prof. Ju, sempre disposta a aprender com seus alunos, enfatizou que o ensino é uma troca de conhecimento. À Prof. Melise, que me introduziu na prática da docência e mostrou experiências ótimas na sala de aula. Aos Prof. Márcia e Vander, que conheço desde a graduação e sempre foram uma inspiração.

E aos demais professores do PPGTurismo, com os quais tive a oportunidade de compartilhar conhecimento e que me trouxeram diferentes reflexões sobre o turismo e o mundo.

Agradeço também à Angela da secretaria do PPGTurismo, que sempre esteve disposta a ajudar com as questões burocráticas da Universidade. Também não tem como não agradecer ao Restaurante Universitário e seus funcionários por fornecerem refeições nutritivas e acessíveis.

Aos meus colegas de trabalho do Grupo BRT, agradeço ao André, que possibilitou uma jornada de trabalho mais flexível para que eu conseguisse assistir às aulas. À Sheshe e Rutinha, que me acolheram e me ensinaram muito sobre os processos de uma operadora de turismo. Também à Isa e Susana, sempre muito queridas, além dos demais funcionários com os quais compartilho meus dias e com os quais desenvolvi uma boa relação.

Agradeço aos professores Ricardo Lanzarini e Marinês Walkowski por aceitarem o convite para avaliação e por trazerem contribuições para o engrandecimento do meu trabalho. Agradeço também aos participantes das entrevistas, que possibilitaram a realização desta pesquisa.

Agradeço àqueles que lutaram bravamente para que eu esteja onde estou, pela coragem e luta por direitos iguais e inclusão. Este trabalho é dedicado a todas as travestis, mulheres e homens trans, bissexuais, lésbicas e gays que continuam a inspirar e desafiar as normas sociais, promovendo um mundo mais justo e inclusivo para todos.

*“Você nunca tem completamente seus direitos, individualmente, até que todos tenham direitos.” Marsha P. Johnson*

## RESUMO

Pessoas LGBTI+ de nossa sociedade sofrem com discriminação e preconceito. A marginalização dessa população que não se encaixa nos padrões heterossexuais e cisgêneros ocorre por diversas formas, sendo uma delas relacionada ao direito fundamental do acesso ao trabalho. A inclusão destas pessoas no mercado de trabalho é objeto de estudo em diferentes campos de pesquisa, contudo no turismo ainda existe uma lacuna. Algumas empresas de turismo se apresentam como apoiadoras da comunidade LGBTI+, mas ainda não é possível entender se este apoio é apenas por questões econômicas, por verem como um nicho de mercado ou, se existe inclusão destas pessoas como funcionários. Assim, o objetivo da presente pesquisa é analisar políticas de inclusão de empresas. Para alcançar este objetivo foi feito um levantamento de empresas que se apresentam como apoiadoras de pessoas LGBTI+ e são associadas à Câmara de Comércio e Turismo LGBT. Após isso foram caracterizadas ações e políticas de empresas para a inclusão de pessoas LGBTI+, foi utilizada a Carta com 10 compromissos do Fórum LGBTI+. Após isso buscou-se por pessoas LGBTI+ que trabalham nas empresas associadas à Câmara LGBT para uma entrevista com 14 perguntas. Foram realizadas 3 entrevistas que posteriormente foram transcritas e analisadas no software IRAMUTEQ. Em seguida estas análises foram comparadas com as políticas de inclusão. Como resultado foi obtido que as empresas possuem algumas ações de inclusão como grupos de afinidade e canais de denúncia estruturados que possibilitam maior inclusão de pessoas LGBTI+. Contudo ainda existem muitas outras políticas ainda não aplicadas em especial para pessoas transgêneros.

**Palavras-chaves:** Turismo, LGBTI+, empresas de turismo, inclusão, diversidade



## **ABSTRACT**

LGBTI+ individuals in our society face discrimination and prejudice. The marginalization of this population, which doesn't conform to heterosexual and cisgender standards, occurs in various ways, with one of them being related to the fundamental right of access to work. The inclusion of these individuals in the job market is the subject of study in different research fields; however, in the tourism sector, there is still a gap. Some tourism companies present themselves as supporters of the LGBTI+ community, but it is not yet possible to determine whether this support is solely driven by economic reasons, viewing it as a niche market, or if there is genuine inclusion of these individuals as employees. Thus, the aim of this research is to analyze companies' inclusion policies. To achieve this goal, a survey was conducted of companies presenting themselves as advocates for LGBTI+ individuals and are associated with the LGBT Chamber of Commerce and Tourism. Subsequently, the actions and policies of these companies for the inclusion of LGBTI+ individuals were characterized, using the Charter with 10 commitments from the LGBTI+ Forum. Following that, LGBTI+ individuals working in companies associated with the LGBT Chamber were sought for an interview consisting of 14 questions. Three interviews were conducted, subsequently transcribed and analyzed using IRAMUTEQ software. The analyses were then compared with the inclusion policies. As a result, it was found that companies implement some inclusion actions, such as affinity groups and structured reporting channels, enabling greater inclusion of LGBTI+ individuals. However, there are still many other policies that have not been implemented, especially for transgender individuals.

**Palavras-chaves:** Tourism, LGBTI+, tourism companies, inclusion, diversity.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

FIGURA 1 - RELAÇÃO TEMAS E BASES DE PESQUISA .....	30
FIGURA 2 - GRÁFICO DE HIERARQUIA DOS ASSOCIADOS DA CÂMARA LGBT .....	42
FIGURA 3 - DENDOGRAMA DE CLASSIFICAÇÃO .....	51
FIGURA 4 - DENDOGRAMA COM CLASSES NOMEADAS .....	52

## LISTA DE QUADROS

QUADRO 1 - SIGLAS.....	23
QUADRO 2 - OBJETIVOS, MÉTODOS E TÉCNICAS.....	30
QUADRO 3 - ROTEIRO DE ENTREVISTA .....	34
QUADRO 4 - EMPRESAS ASSOCIADAS CÂMARA LGBT .....	39
QUADRO 5 - 10 COMPROMISSOS FÓRUM LGBTI+ .....	43
QUADRO 6 - COMPROMISSOS E OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	44
QUADRO 7 - SÍNTESE PERFIL PESSOAS ENTREVISTADAS.....	49

## LISTA DE ABREVIações

B2B	Business to Business
CAFe	Comunidade Acadêmica Federada
CONEP	Comissão Nacional de Ética em Pesquisa
CEP/CHS	Comitê de Ética em Pesquisa das Ciências Humanas e Sociais
CHD	Classificação Hierárquica Descendente
CID	Classificação Internacional de Doenças
CLT	Consolidação das Leis do Trabalho
CNJ	Conselho Nacional de Justiça
CUT	Central Única dos Trabalhadores
GLBT	Gays, Lésbicas, Bissexuais e Travestis
GLS	Gays, Lésbicas e Simpatizantes
GLT	Gays, Lésbicas e Travestis
HIV	Vírus da Imunodeficiência Humana
HSH	Homens que fazem sexo com homens
IGLTA	Associação Internacional de Turismo Gay & Lésbico
IPEA	Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada
IRAMUTEQ	Interface R para Análises Multidimensionais de Textos e Questionários
LGBT	Lésbicas, Gays, Bissexuais, Transgêneros e Travestis
LGBTI+ Mais	Lésbicas, Gays, Bissexuais, Transgêneros, Travestis, Intersexuais e Mais
MSM	Mulheres que fazem sexo com mulheres
Novo Caged	Cadastro Geral de Empregados e Desempregados
OMS	Organização Mundial de Saúde
PJ	Pessoa Jurídica
PPGTurismo	Programa de Pós Graduação em Turismo
STF	Supremo Tribunal Federal
SUS	Sistema Único de Saúde
TCLE	Termo de Consentimento Livre e Esclarecido
UFPR	Universidade Federal do Paraná
USP	Universidade de São Paulo
WoS	Web of Science

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO.....</b>	<b>14</b>
<b>2. REVISÃO TEÓRICA.....</b>	<b>16</b>
2.1. RELAÇÕES DE TRABALHO.....	17
2.2. PESSOAS LGBTI+ E TRABALHO.....	19
2.3. TURISMO E PESSOAS LGBTI+.....	26
<b>3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....</b>	<b>29</b>
<b>4. RESULTADOS.....</b>	<b>37</b>
<b>5. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>56</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>60</b>
<b>APÊNDICES.....</b>	<b>66</b>

## 1. INTRODUÇÃO

Estima-se que no Brasil, pessoas adultas que se identificam como Lésbicas, Gays, Bissexuais, Transgêneros, Travestis, Intersexuais e Mais (LGBTI+)<sup>1</sup> representam 12% da população (Spizzirri *et al.*, 2022), apesar desta proporção, a marginalização e exclusão destas pessoas ainda se faz presente em nossa sociedade, uma vez que a heterossexualidade cisgênero são considerados padrões historicamente reproduzidos por diversas instâncias sociais como família, igreja e a escola (Martins, 2017). O que acarreta na “invisibilidade social de LGBTI+ e traduz quando identidades sexuais e de gênero alternativas à heterossexualidade e cisgeneridade são negadas, ou mal aceitas, pelo fragmento da sociedade dito coletivo, maioria ou, padrão” (Calvet, 2018). A marginalização e preconceito trazem dificuldades ao ingresso dessas pessoas ao mercado de trabalho formal em particular para pessoas transgênero, pois estes espaços estão num contexto que desfavorece e exclui esses indivíduos, alimentando ainda mais a marginalização e preconceito (SILVA *et al.*, 2021).

No Brasil existem alguns estudos que relacionam empregabilidade e trabalho com a população LGBTI+. Estas pesquisas possuem foco no ingresso dessas pessoas no mercado de trabalho (Hartmann, 2017), ou analisam questões sobre as políticas inclusivas (Góis; Duarte; Teixeira, 2017). No campo do turismo, a produção acadêmica que envolve pessoas LGBTI+ ainda é baixa comparada com outros temas deste campo. Os estudos limitam-se a responder questões referentes ao nicho de mercado sobre o comportamento do consumidor (Neves; Brambatti, 2019; Sanches; Mancini; Nascimento, 2011), e a oferta de produtos e serviços que atendem a este público (Carvalho; Moleiro; Albuquerque, 2019; Claudino; Costa; Cavalcanti, 2021).

Apesar da população LGBTI+ ser um grupo socialmente marginalizado, no turismo existe o segmento LGBTI+, em que parte deste grupo se encontram nas classes A e B e que são um público fiel e exigente (Angeli, 2001). Esta afirmação não está errada, contudo ela reflete a apenas uma pequena parcela de toda a diversidade de pessoas que compõem a comunidade LGBTI+.

---

<sup>1</sup> Neste trabalho optou-se pela sigla LGBTI+ por ser mais abrangente em de buscas do termo em diferentes idiomas, contudo a sigla LGBTQIA+ (Lesbicas, Gays, Bissexuais, Transgêneros, Travestis, Queer, Intersexuais, Assexuais e Mais) é amplamente difundida. Ambas são consideradas corretas no ano de 2022.

Por conta do interesse no público com estas características, muitas empresas se apresentam como apoiadoras de pessoas LGBTI+, contudo isto pode ser apenas por questões mercadológicas e de lucro. Isso acarreta apenas em campanhas e formas de inclusão apenas para consumidores ou potenciais consumidores. Visto que pessoas LGBTI+ têm dificuldades de acesso ao trabalho formal por causa do preconceito e exclusão, mas que em contrapartida existem empresas que se apoiam do segmento do turismo LGBTI+ para obter lucro, surge a problemática desta pesquisa: empresas que adotam posicionamento inclusivo com clientes LGBTI+ possuem políticas de inclusão de pessoas LGBTI+ como empregadas?

A partir deste questionamento, o objetivo geral desta pesquisa é analisar políticas de inclusão de empresas que se apresentam como apoiadoras de pessoas LGBTI+. Para alcançar o objetivo proposto, os objetivos específicos são:

- Identificar empresas de turismo que se consideram como apoiadoras de pessoas LGBTI+;
- Caracterizar aspectos de uma organização inclusiva com pessoas LGBTI+;
- Apresentar políticas internas de inclusão de pessoas LGBTI+ com funcionários destas empresas;
- Comparar políticas de inclusão destas empresas com relatos de funcionários LGBTI+ em relação ao ambiente de trabalho.

Com os objetivos de pesquisa definidos, para este trabalho foi delimitado a investigar as empresas de turismo das áreas de agenciamento, transporte e hospedagem que atuam no Brasil e que façam parte da Câmara de Comércio e Turismo LGBT, esta entidade é uma associação empresarial sem fins lucrativos de âmbito nacional que tem como objetivo promover o intercâmbio de conhecimento e o desenvolvimento das relações entre empresas e pessoas físicas para fortalecer o empreendedorismo e o desenvolvimento socioeconômico e cultural da Comunidade LGBTI+. Como métodos de pesquisa utilizados, houve a pesquisa bibliográfica e documental e como instrumentos de pesquisa foram realizadas entrevistas com pessoas que se identificam como LGBTI+ que trabalham em empresas associadas à Câmara de Turismo LGBT. Estas entrevistas foram transcritas e analisadas por meio do Software IRAMUTEQ utilizando a análise de discurso proposto pelo Método de Reinert.

Esta pesquisa tem como motivação principal a contribuição acadêmica sobre a comunidade LGBTI+ dentro do campo do turismo. A relevância social da pesquisa é identificada por estudar uma população marginalizada socialmente que não é contemplada com pesquisas acadêmicas. Em específico pesquisar sobre os profissionais LGBTI+ que trabalham com a atividade turística. O autor deste trabalho faz parte da comunidade LGBTI+ também percebe que há uma fragilidade das empresas em tratar assuntos sobre pessoas LGBTI+ dentro do meio corporativo, o que pode acarretar em episódios de preconceito e discriminação. Dessa forma é preciso trazer estudos sobre a necessidade de discutir o assunto e uma ampliar a orientação das empresas para tratar sobre isso.

Sendo assim, a apresentação deste trabalho está estruturada nesta introdução, seguido da revisão teórica, que aborda temas sobre as Relações de Trabalho; Trabalho e Pessoas LGBTI+; e Turismo e Pessoas LGBTI+. Também apresentará a descrição detalhada da metodologia da pesquisa, seguido da apresentação dos dados coletados juntamente com as análises realizadas e relacionadas aos objetivos de pesquisa, considerações finais sobre o processo de pesquisa, análises obtidas e sugestões de pesquisas futuras e por fim referências bibliográficas.

## **2. REVISÃO TEÓRICA**

A revisão teórica é parte essencial de qualquer trabalho acadêmico, ela cumpre diversos propósitos, compartilha resultados relacionados ao tema estudado, relaciona um estudo ao diálogo maior, preenche lacunas e amplia estudos anteriores (Creswell, 2003). Nesta pesquisa são abordados temas que envolvem as relações de trabalho, entre funcionários e gestores de empresas, trazendo abordagens teóricas organizacionais das empresas para entender como é dada as condições de trabalho em empresas de turismo. Turismo LGBTI+ que elucidam sobre este segmento, suas características e críticas e também a inclusão de pessoas LGBTI+ dentro das empresas. Estes assuntos permitem contextualizar pontos relevantes para esta pesquisa.



## 2.1. RELAÇÕES DE TRABALHO

Desde as primeiras civilizações humanas, as atividades de trabalho estavam presentes. Nos primeiros períodos era como modo de extração dos recursos naturais de forma complementar ao trabalho da natureza, sem o acúmulo. Havia divisão de tarefas entre os membros, que lutavam pela sobrevivência, a necessidade de se proteger, buscar alimento, cuidar dos filhos, este era o trabalho, que neste contexto significava viver (Almeida; Ituassu; Ribeiro, 2016). Depois com o início dos plantios e agricultura, que trouxe a concepção de propriedade privada e assim organização social (Albornoz, 1994). A partir dessa organização o ser humano cria diferentes relações com outros seres humanos para sobreviver.

Nas sociedades gregas e romanas o trabalho tem uma relação com castigo e punição chegando até mesmo ser considerada fonte de sofrimento. Nesta época uma das formas mais comuns de trabalhos era a escravidão. Pessoas escravizadas faziam os trabalhos manuais mais exaustivos, pois esse tipo de atividade era considerada desonrosa para os homens livres, estes que se dedicavam a atividades de natureza intelectual e ampliação do conhecimento cultural (Villela, 2010).

A partir do cristianismo o trabalho começa a ter valorização, pois somente o suor do trabalho traria dignificação ao homem (VIANNA E SÜSSEKIND, 1997 *apud* CERVO, 2014). Na idade média, o sistema de trabalho que prevaleceu foi a servidão, dentro das sociedades feudais, que ainda tinham como predominância o trabalho agropecuário. Esta forma de regime de trabalho teve declínio após epidemias, guerras e migração de pessoas do campo para novos centros que vigoravam as atividades comerciais (Villela, 2010)

Com a Revolução Francesa e a ascensão da classe burguesa, iniciou-se a liberdade contratual, que possibilitava às pessoas realizar qualquer negócio ou exercício de qualquer profissão, arte ou ofício. Nesse período, reconheceu-se que o trabalho passa a ser um direito social e econômico. Ao Estado foi atribuída a obrigação de possibilitar meios para que o desempregado possa garantir sua subsistência (Martins, 2012). A Revolução Industrial transformou o “trabalho em emprego e os trabalhadores, de maneira geral, passaram a trabalhar por salários. Com a mudança, houve uma nova cultura a ser apreendida e uma antiga a ser desconsiderada” (Martins, 2012, p. 6). Agora o cidadão não estava mais submetido

às normas de um ente social, a corporação, mas sim a um ente impessoal, a empresa, com esta nova relação, houve a perda de uma segurança mínima que a nova figura do empregado (Cervo, 2014)

Visto essa relação desigual e a produção em escala proporcionada pela Revolução Industrial, Karl Marx (1818 - 1883) em seu livro “O Capital” publicado em 1867 (Marx, 1996) se manifesta contrário à produção em escala sem a necessidade de demanda, pois, mesmo proporcionando o crescimento econômico, gera desigualdades sociais, o que leva a um desequilíbrio e conseqüentemente a crise. Ele também considera que a força de trabalho das pessoas consiste em suas capacidades físicas, mentais e humanas para agregar valor às mercadorias produzidas. A partir disso, surge a teoria da mais-valia, que representa a diferença entre o valor de um bem produzido e o valor salarial pago aos trabalhadores responsáveis por sua produção.

O Brasil, ao longo de sua história, passou por um extenso período em que a força de trabalho era provida pela escravidão, atravessando os períodos de Colônia, Império e República. No ano de 1943, foi instituído pelo presidente Getúlio Vargas o Decreto-Lei número 5.452/1943 que aprova a Consolidação das Leis do Trabalho (CLT). A CLT passou por diversas alterações, contudo vigora até os dias de hoje. A mais recente alteração consistiu na Reforma Trabalhista de 2017 que possibilitou flexibilização de algumas relações de trabalho. Atualmente a legislação brasileira permite que a relação empregatícia pode ser dada de diversas maneiras, a Central Única dos Trabalhadores (CUT) listou que no Brasil existem 12 modalidades legais de contratação de trabalhadores. (Central Única Dos Trabalhadores, 2022), como contrato de trabalho por tempo indeterminado, contrato provisório, prestação de serviços por pessoa jurídica (PJ) e estágios.

A partir das diferentes formas de trabalho, o Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA) apresentou em 2022 dados de outubro deste ano a população brasileira ocupada era de 98,7 milhões de pessoas, contudo esse número abrange pessoas em empregos formais e informais (IPEA - Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada, 2022). O Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (Novo Caged) apresenta dados que informam que em setembro de 2022 a quantidade total de vínculos celetistas (empregos no regime previsto na Consolidação das Leis do Trabalho - CLT) era de 42,8 milhões (CAGED - Cadastro Geral de Empregados E

Desempregados, 2022). A percepção decorrente disso é que menos da metade das ocupações dos brasileiros se dá por empregos formais da CLT. Isso não significa que o restante seja composto exclusivamente por empregos informais, mas sim devido à existência de diversas modalidades de trabalho.

O contrato de trabalho é o acordo expresso (escrito ou verbal) ou tácito firmado entre uma pessoa física (empregado) e outra pessoa física, jurídica ou entidade (empregador), por meio do qual o primeiro se compromete a executar, pessoalmente, em favor do segundo um serviço de natureza não eventual, mediante salário e subordinação jurídica (Carvalho; Knoerr, 2015).

No entanto, a forma como a sociedade enxerga o trabalho mudou muito ao longo dos séculos. O ser humano, ao utilizar a transformação de objetos e processos, instrumentalizando-os, levou muito tempo para que o trabalho fosse considerado uma atividade merecedora de proteção social e fosse valorizado de maneira diferente entre as civilizações. Ao longo do tempo uma série de modificações e evoluções resultam, na contemporaneidade, na digitalização e virtualização de inúmeros processos. (Cervo, 2014; Fontana, 2021).

Diante disso, ao longo dos anos e diante das mudanças pelas quais as sociedades passaram, chegamos a um mundo globalizado em que a produção e troca de informações ultrapassam barreiras físicas e temporais. Nesse contexto, o trabalho também adquire novas características, com funções e formas distintas sendo desempenhadas. Além disso, as relações de trabalho também passaram por mudanças. Grupos anteriormente marginalizados, como mulheres, pessoas negras, pessoas com deficiência e a população LGBTI+, agora conquistam maior participação. A seguir, serão apresentados alguns posicionamentos sobre a inclusão de pessoas LGBTI+ no mercado de trabalho.

## 2.2. PESSOAS LGBTI+ E TRABALHO

Como exposto, as relações de trabalho passaram por diversas mudanças sociais e tecnológicas, atualmente existem relações de inclusão de grupos minoritários. Contudo não é possível falar sobre a inclusão de pessoas LGBTI+ no mercado de trabalho sem apresentar o contexto sobre o preconceito sofrido por

peças LGBTI+ e eventos de luta e resistência desta comunidade até chegarmos no âmbito de inclusão no mercado de trabalho.

Existem diversos motivos pelos quais algumas pessoas justificam o preconceito contra pessoas LGBTI+. O uso de preceitos éticos-morais para proferir preconceitos, relacionando pessoas LGBTI+ como indivíduos que não possuem respeito, caráter e valores morais (Lacerda; Pereira; Camino, 2002). Os padrões de moralidade tentam enquadrar e normalizar as sexualidades para heterossexuais e cisgêneros, enquanto pessoas que não se enquadram nesse padrão são muitas vezes consideradas como imorais (Quinalha, 2017). Louro (2001) apresenta que essa relação entre sociedade conservadora e pessoas LGBTI+ é centrado no significado moral “enquanto alguns assinalam o caráter desviante, a anormalidade ou a inferioridade do homossexual, outros proclamam sua normalidade e naturalidade – mas todos parecem estar de acordo de que se trata de um ‘tipo’ humano distintivo.” (Louro, 2001). Sendo assim, as questões morais estão ligadas à marginalização de pessoas LGBTI+.

A moralidade possui base no fundamento religioso, geralmente em religiões cristãs, considera que pessoas LGBTI+ não têm fé ou não estão seguindo as palavras de Deus (Pereira *et al.*, 2011). O uso de discursos preconceituosos com base na religião torna-se comum, e aqueles que proferem esses atos utilizam a Constituição Federal, que assegura a liberdade de expressão, crença e religião, para justificar o preconceito. Isso entra em conflito com o princípio da igualdade e liberdade que assegura os direitos das pessoas LGBTI+ perante a sociedade.

Mesmo campos da ciência que geralmente não estão vinculados à religião já contribuíram com questões de preconceito contra pessoas LGBTI+. Tanto organizações religiosas quanto pesquisadores desenvolveram procedimentos de “cura gay” na tentativa de fazer com que uma pessoa deixasse de ser gay ou LGBTI+. Até o ano de 1990 a homossexualidade era considerada como doença pela Organização Mundial de Saúde (OMS), já a transexualidade foi retirada do Classificação Internacional de Doenças (CID) apenas em no ano de 2019 (Brasil de Fato, 2019). Além desses, outros âmbitos sociais caracterizam ou caracterizam pessoas LGBTI+ como desviantes de uma normalidade social. “Discursos religiosos, médicos, legais, criminológicos e de diversas outras ordens se intercalavam e se combinavam de modo a produzir uma regulação específica das sexualidades em

cada momento histórico” (Quinalha, 2017). Assim, em diferentes espaços, pessoas LGBTI+ não tinham um local de pertencimento, restando apenas a marginalidade e clandestinidade.

Dessa maneira, contra a repressão e preconceito, pessoas LGBTI+ tiveram que buscar seu lugar na sociedade por meio de lutas e movimentos sociais. O evento que marca a luta pela conquista dos direitos das pessoas LGBTI+ foi a revolta de *Stonewall* que ocorreu na cidade Nova Iorque em 28 de junho de 1969, este motim foi uma intensa reação das pessoas LGBTI+ marginalizadas a uma intervenção policial no bar Stonewall Inn, numa época em que fazer parte desta comunidade não era socialmente aceito (Terto; Souza, 2015).

Após este episódio, pessoas LGBTI+ organizaram diversas marchas com objetivo protesto e busca por respeito, igualdade e lugar na sociedade, uma vez que o preconceito vindo de diversas esferas sociais, deixava pessoas LGBTI+ na marginalidade. Essas marchas não apenas desempenhavam um papel na luta, mas também expressavam o orgulho de ser quem são, sem a necessidade de esconder sua orientação sexual ou identidade de gênero. Com o passar dos anos, as marchas e paradas do orgulho ganharam mais mobilização, resultando em avanços e maior participação das pessoas LGBTI+ em espaços públicos. Por meio de diversas manifestações sociais, a ascensão e o respeito às estilísticas singulares de modos de vida tornaram-se os principais objetivos (Sanches; Mancini; Nascimento, 2011).

Estas manifestações têm sido marcadas pela luta por reconhecimentos de direitos civis, e principalmente por cobranças em torno de amparo legislativo, ou seja, a busca por criação de leis que definam as questões referentes à conjugalidade, parentalidade, proteção física e anti-discriminação LGBT. Cabe neste momento, fazermos um breve histórico acerca da trajetória de luta do movimento LGBT no Brasil (Irineu, 2009). No Brasil, há uma demanda por políticas sociais, como políticas de reconhecimento de diferença, envolvendo os movimentos feministas, movimentos negros e o movimento LGBTI+, nos quais se espera um diálogo entre o Estado e a sociedade civil conforme proposto na Constituição Federal (Irineu, 2009). O movimento LGBTI+ no Brasil surgiu durante o período da Ditadura Militar, como forma de resistência à repressão imposta por ideais conservadores (Ferreira; Sacramento, 2019). A epidemia do Vírus da Imunodeficiência Humana (HIV) também tornou-se uma das pautas nas lutas pelos

direitos das pessoas LGBTI+, pois era vista como “câncer gay”. Fazia-se necessário mostrar à sociedade que essa epidemia deveria ser tratada como uma questão de saúde pública (Macrae, 2018; Facchini; França, 2009; Irineu, 2009).

A partir da década de 1990, grupos do movimento LGBTI+ se espalham pelo país e começa a receber a participação de novos atores como a mídia, agências estatais, parlamentares, mercado, organizações internacionais e grupos religiosos que abordam questões de sexualidade (Facchini; França, 2009). Assim, pretendia-se incluir como pautas governamentais as questões sociais referentes a pessoas LGBTI+, como proposta de lei que previa a parceria civil registrada entre pessoas do mesmo sexo garantindo direitos à propriedade, usufruto de bens caso o parceiro venha a falecer, pensão e plano de saúde, entre outras (Irineu, 2009). Alguns artistas também se declararam publicamente como LGBTI+ sendo pessoas públicas, possuíam visibilidade para a existência de pessoas LGBTI+, embora muitos não “levantarem a bandeira”. As novelas começaram a apresentar personagens LGBTI+, estes representados de maneira caricata e estereotipada (Facchini; França, 2009) o que na maior parte do tempo pode ir de contra as necessidades do movimento .

Foi nesse período também que a designação por sigla começou a ser adotada. O que antes era conhecido como movimento gay ou movimento homossexual passou a se identificar como GLT (Gays, Lésbicas e Travestis), GLBT (Gays, Lésbicas, Bissexuais e Travestis), e outros termos, como no mercado com o GLS (Gays, Lésbicas e Simpatizantes) ou no Estado, nas políticas de saúde, com HSH e MSM, referindo-se a “homens que fazem sexo com homens” e “mulheres que fazem sexo com mulheres”, respectivamente. Em 2008, a partir da Conferência Nacional GLBT, ficou definido que a sigla oficial seria LGBT (Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis e Transexuais). Contudo, a partir desse momento, ocorreu a inclusão de outras siglas, e foi estabelecido que a letra “T” se referiria a pessoas Transgêneros e Travestis, além do “mais”, abrangendo as diversas identidades de gênero e orientações sexuais. O Quadro 1 apresenta as diferentes siglas utilizadas até o presente momento. No entanto, em vez de apresentar a evolução da sigla, o quadro expresenta o significado de cada sigla e como elas se relacionam com o grupo de pessoas LGBTI+.

QUADRO 1 - SIGLAS

Característica	Sigla	Descrição
Orientação Sexual	L	<b>Lésbicas</b> - Pessoa do gênero feminino que tem desejos, práticas sexuais e/ou relacionamento afetivo-sexual com outras pessoas do gênero feminino.
	G	<b>Gays</b> - Pessoa do gênero masculino que tem desejos, práticas sexuais e/ou relacionamento afetivo-sexual com outras pessoas do gênero masculino.
	B	<b>Bissexuais</b> - Pessoa que se relaciona afetiva e sexualmente com pessoas de ambos os gêneros
	P	<b>Pansexuais</b> - pessoas que podem desenvolver atração física, amor e desejo sexual por outras pessoas, independente de sua identidade de gênero ou sexo biológico. A pansexualidade é uma orientação que rejeita especificamente a noção de dois gêneros e até de orientação sexual específica.
	A	<b>Assexuais</b> - Pessoa que tem a ausência total, parcial, condicional ou circunstancial de atração sexual por outra ou outras pessoas
	Identidade de gênero	Q
T		<b>Transgêneros</b> - Pessoas que transitam entre os gêneros. São pessoas cuja identidade de gênero transcende as definições convencionais de sexualidade. <b>Travestis</b> - Uma construção de gênero feminino, oposta ao sexo biológico, seguido de uma construção física de caráter permanente, que se identifica na vida social, familiar, cultural e interpessoal, através dessa identidade.
NB		<b>Não-Binários</b> - Pessoas que não são exclusiva e totalmente mulher ou exclusiva e totalmente homem, mas que irão permear em diferentes formas de neutralidade, ambiguidade, multiplicidade, parcialidade, ageneridade, outrogeneridade, fluidez em suas identificações.
Biológica	I	<b>Intersexo</b> - Termo guarda-chuva que descreve pessoas que nascem com anatomia reprodutiva ou sexual e/ou um padrão de cromossomos que não podem ser classificados como sendo tipicamente masculinos ou femininos.
+	+	Representa outras identidades e orientações sexuais e identidades de gênero não mencionadas na sigla, reconhecendo a vasta diversidade que existe.

FONTE: Adaptado de REIS (2017)

Existem diferentes características que identificam uma pessoa como LGBTI+. A orientação sexual refere-se à atração emocional, afetiva e sexual profunda de cada pessoa por indivíduos do gênero oposto, do mesmo gênero, de ambos os gêneros ou de diferentes gêneros. A identidade de gênero é uma experiência interna e individual do gênero de cada pessoa, que pode ou não corresponder ao sexo atribuído no nascimento. Isso inclui o senso pessoal do corpo, sendo a percepção que uma pessoa tem de si mesma como sendo do gênero masculino, feminino, agênero, de gêneros não binários ou de alguma combinação de dois ou mais gêneros, independentemente do sexo biológico (REIS, 2018). A característica biológica é referida apenas para pessoas intersexo que possuem corpos que apresentam variações em relação aos padrões culturalmente estabelecidos para masculino ou feminino. Essas variações podem envolver diferenças nos cromossomos, na anatomia dos órgãos genitais e na presença simultânea de tecido testicular e ovariano. A intersexualidade abrange uma ampla gama de variações nos corpos que tradicionalmente são classificados como masculinos ou femininos (ABRAI, 2023; Jesus, 2012). E o “+” que representa todas as outras orientações sexuais e identidades de gênero não citadas.

A partir dos anos 2010, houve algumas conquistas legais, como finalmente o casamento homoafetivo, aprovado pelo Conselho Nacional de Justiça (CNJ), a possibilidade de cirurgia de redesignação sexual por meio do Sistema Único de Saúde (SUS) para mulheres trans e travestis, além do uso de nome social e reconhecimento de identidade de gênero para pessoas transgênero (Brasil, 2016, Saúde, 2022) Visto que a inclusão de pessoas LGBTI+ nas sociedades promove discussões em diferentes ambientes, como o político, religioso e criminal, na luta contra o preconceito e na busca por direitos iguais, isso pode resultar em uma sociedade um pouco mais sensata e compreensiva (Oliveira Junior, 2014).

A partir do avanço e da aceitação na sociedade das pessoas LGBTI+, estabelecimentos comerciais e organizações também se declaram mais inclusivos. Entretanto, por parte das empresas, é mais perceptível a sua relação com pessoas LGBTI+ pelo viés da inclusão de consumidores pertencentes a esse grupo, o que pode resultar apenas no interesse econômico, visando lucro, sem um comprometimento social de inclusão de pessoas LGBTI+ como empregados



Organizações que vão além das questões econômicas e criam oportunidades de emprego, não apenas para pessoas LGBTI+, mas também para outros grupos minoritários, possibilitam de forma significativa a melhoria na qualidade de vida dessas pessoas. Isso ocorre ao permitir a conciliação entre a vida privada e pública, sem medo de preconceito, tornando-as menos estressadas e receosas em relação a possíveis exclusões sociais no ambiente de trabalho devido à sua orientação sexual. Além disso, essas práticas trazem benefícios econômicos para as comunidades onde vivem (Lindsay *et al.*, 2018; Mcfadden, 2015; Ozeren, 2014).

Políticas de inclusão de pessoas LGBTI+ contribuem para melhorar a dinâmica nos espaços de trabalho, pois permitem demonstrar atitudes de igualdade entre os membros das equipes. Consequentemente, apresentam menos casos de discriminação por causa da orientação sexual e também proporcionam maior probabilidade de os funcionários LGBTI+ se sentirem bem em seu trabalho. Além de trazer resultados positivos, melhorando o desempenho empresarial, ao longo do tempo, esse tipo de políticas inclusivas poderá tornar-se um pré-requisito para empresas que buscam vantagem competitiva no mercado de trabalho, uma vez que há um aumento de pessoas LGBTI+ como consumidores e empregados que se assumem publicamente. As empresas devem estar cientes dessa diversidade e considerar a inclusão como práticas organizacionais internas. Contudo, mesmo com os diversos benefícios apresentados, especialmente no marketing voltado para o mercado LGBTI+, pode não ser amplamente percebido por esses funcionários (Lloren; Parini, 2017; Ozeren, 2014; Zlateva; Ivanov; Popshterev, 2022).

Mesmo com algumas iniciativas de inclusão de pessoas LGBTI+ nas empresas, ainda há uma carência de diversidade, especialmente na contratação de pessoas transgêneras, pois são vistas como indivíduos desviados. Isso resulta em um impedimento desde os momentos iniciais nos processos de contratação. Pessoas transgêneras acabam por não estar representadas de forma significativa, e as questões de identidade de gênero ainda continuam com pouca relevância nas organizações (Ozturk; Tatli, 2016). Ainda existe falta de conhecimento e conscientização gerencial, o que torna as organizações incapazes de apoiar as necessidades de pessoas transgêneras em diferentes áreas, como construção civil, ramo imobiliário, administração e educação. No geral, em contextos tradicionais, questões de gênero podem ser hostis às minorias (Colgan; Wright, 2011).

Estudos sobre pessoas transgêneras em questões organizacionais são mais teóricos do que empíricos, pois é mais difícil acessar um número considerável de indivíduos pertencentes a este grupo nesse tipo de pesquisa, especialmente nos contextos de inclusão empresarial. Também ocorre a seleção por conveniência em pesquisas que abordam apenas pessoas próximas (Paniza; Moresco, 2022). As desigualdades de gênero e raça estão enraizadas na sociedade, portanto, enfrentar essa questão é essencial para superar as deficiências nas questões de inclusão no mercado de trabalho (Abram, 2006).

Esta dificuldade permeia os diversos setores de trabalho. Contudo, o turismo, enquanto atividade complexa, necessita de mão de obra diversa para as diferentes atividades, proveniente de diferentes localidades e culturas. Uma vez que o “turismo que ocorrem nos espaços rurais e urbanos têm auxiliado na geração de emprego e renda para as comunidades locais” (Walkowski *et al.*, 2021). Mas ainda assim, o setor enfrenta diferentes problemas, como sazonalidade, baixos salários e alta carga horária, tornando-se desafiador para se trabalhar. A força de trabalho impacta todas as áreas do turismo, e questões de inclusão de grupos minoritários devem ser seriamente abordadas. (Hon; Gamor, 2022). Assim, a seguir será apresentada a relação entre o turismo e pessoas LGBTI+.

### 2.3. TURISMO E PESSOAS LGBTI+

Neste trabalho, já foram abordadas as relações de trabalho de maneira mais ampla e as relações de trabalho com pessoas LGBTI+. Agora, neste capítulo, será apresentada a relação existente entre a atividade turística e pessoas LGBTI+. Uma das primeiras percepções sobre a comunidade LGBTI+ referiu-se a uma oportunidade de mercado de viagens, quando profissionais de turismo norte-americanos perceberam que seus clientes buscavam alternativas aos equipamentos de turismo e de lazer voltados aos heterossexuais (Angeli 1999). Pessoas LGBTI+ viajavam antes da criação da Associação Internacional de Turismo Gay & Lésbico (IGLTA) que se formou em 1983, com objetivo de buscar por locais acolhedores nas cidades de Berlim a Nova Iorque (UNWTO, 2017). Foi a partir desta institucionalização que os viajantes LGBTI+ puderam ter maior relevância e ser

considerados parte de um segmento turístico, conseqüentemente, tornando-se objeto de pesquisas.

No entanto, as primeiras pesquisas não abordavam a pluralidade das diferentes orientações sexuais e identidades de gênero que temos atualmente. Oliveira (2002) no livro "Turismo para Gays e Lésbicas" considerando apenas parte do grupo pois no início dos anos 2000 a sigla GLS (Gays, Lésbicas e Simpatizantes) era a forma de nomeação para esse grupo. Oliveira apresenta que a promoção do turismo para homossexuais é um instrumento de desenvolvimento econômico e também promotor para o aumento de renda de um país (Oliveira, 2002, p. 36).

Trigo (2009) elenca que:

O turismo GLS envolve planejamento, operação e divulgação de destinos turísticos para o segmento homossexual ou simpatizantes. Trabalha com o segmento em si desde a divulgação e comercialização de produtos, serviços, destinos e atividades específicas até com implantação, gestão, operação e marketing de novos ou antigos destinos que recebem essa segmentação de maneira exclusiva ou inserida no contexto maior de inclusão social e cidadania. O turismo GLS possui subsegmentos em esportes, cultura, compras, moda, beleza, gastronomia e outros eventos específicos (Trigo, 2009, p. 153)

Houveram nomenclaturas empregadas ao longo dos tempos, que não segmenta apenas a população LGBTI+, mas segmenta quais LGBTI+ podem ser turistas (MOREIRA, 2017). Desta forma, percebe-se que, apesar de haver uma busca por segmentação para o turismo LGBTI+, não é possível abranger a diversidade deste grupo, uma vez que existem diferenças dentro do próprio grupo, seja pela orientação sexual e identidade de gênero, como também por outros fatores, como cor da pele e classe social. O grupo mais priorizado acaba sendo de homens gays, normalmente brancos e das classes A e B. No turismo, essa parcela recebe mais atenção e interesse por ser composta por "indivíduos solteiros, sem filhos e pertencentes às classes A e B. Tais condições os possibilitam gastar mais em viagens" (Angeli, 2001, p. 193).

Dessa maneira, ao visualizar apenas uma parte desse grupo, as empresas tendem a se aproximar do público LGBTI+ com interesses econômicos, utilizando o conceito de *'friendly'* ao adotarem estratégias de marketing voltadas especialmente para este mercado (Moreschi; Martins; Craveiro, 2011). Assim, alguns estudos que abordam pessoas LGBTI+ no turismo têm foco em estudar a oferta de serviços ou

destinos turísticos. Claudino, Costa e Cavalcanti (2021) trazem uma análise da percepção dos clientes sobre empreendimentos de entretenimento noturno em Natal/RN e apresentam a perspectiva de qualidade nos serviços desses espaços (Claudino; Costa; Cavalcanti, 2021). Carvalho, Moleiro e Albuquerque (2019) estudam a cidade do Porto em Portugal como destino turístico para pessoas LGBTI+ e concluem que, mesmo a cidade oferecendo diversos produtos e serviços direcionados a pessoas LGBTI+, não há promoção de marketing suficiente para caracterizá-la como um destino nesse segmento (Carvalho; Moleiro; Albuquerque, 2019).

Os estudos sobre turismo e pessoas LGBTI+ também são vistos pela perspectiva da demanda turística, dos viajantes LGBTI+ ou de parte deles. Neves e Brambatti (2019) investigam o comportamento do turista gay e mostram que faixa etária, renda e estado civil afetam as escolhas no processo de viagem (Neves; Brambatti, 2019). Sanches *et. al.* (2011) abordam o perfil desses turistas na região norte do Paraná e, por se tratar de uma área sem grandes centros urbanos, acaba por apresentar características divergentes em relação ao perfil desse público em cidades como São Paulo e Rio de Janeiro (Sanches; Mancini; Nascimento, 2011). E também o comportamento de turistas gays em determinado destino turístico, como o caso de Florianópolis no estudo de Lanzarini e Cial (2012) em que “gays se aproveitam do anonimato da viagem para se libertarem das amarras da sexualidade, longe dos olhos da família e da sociedade de convívio que lhes pode gerar estigmas sociais” (Lanzarini; Rial, 2012)

Visto isso, dentro do campo do turismo, a relação entre a atividade e pessoas LGBTI+ é uma questão mercadológica de oferta e demanda. Essas pessoas viajam em busca de locais que as atendam sem que haja preocupação com o preconceito. Contudo, apesar de existirem empresas turísticas que apoiam pessoas LGBTI+, não fica claro se esse tipo de apoio é apenas econômico ou se há benefícios tangíveis para as pessoas LGBTI+ que trabalham nestas empresas ou que moram nestes destinos. Como visto anteriormente, a inclusão de pessoas LGBTI+ no mercado de trabalho traz benefícios tanto para os empregados quanto para os empregadores; no entanto, ainda é preciso investigar se isso está sendo aplicado nas empresas turísticas que se apresentam como apoiadoras de pessoas LGBTI+.

Considerando essa lacuna de pesquisa sobre a inclusão de pessoas LGBTI+ no mercado de trabalho turístico e os objetivos da pesquisa, serão apresentados os procedimentos metodológicos a serem seguidos para a conclusão deste trabalho.

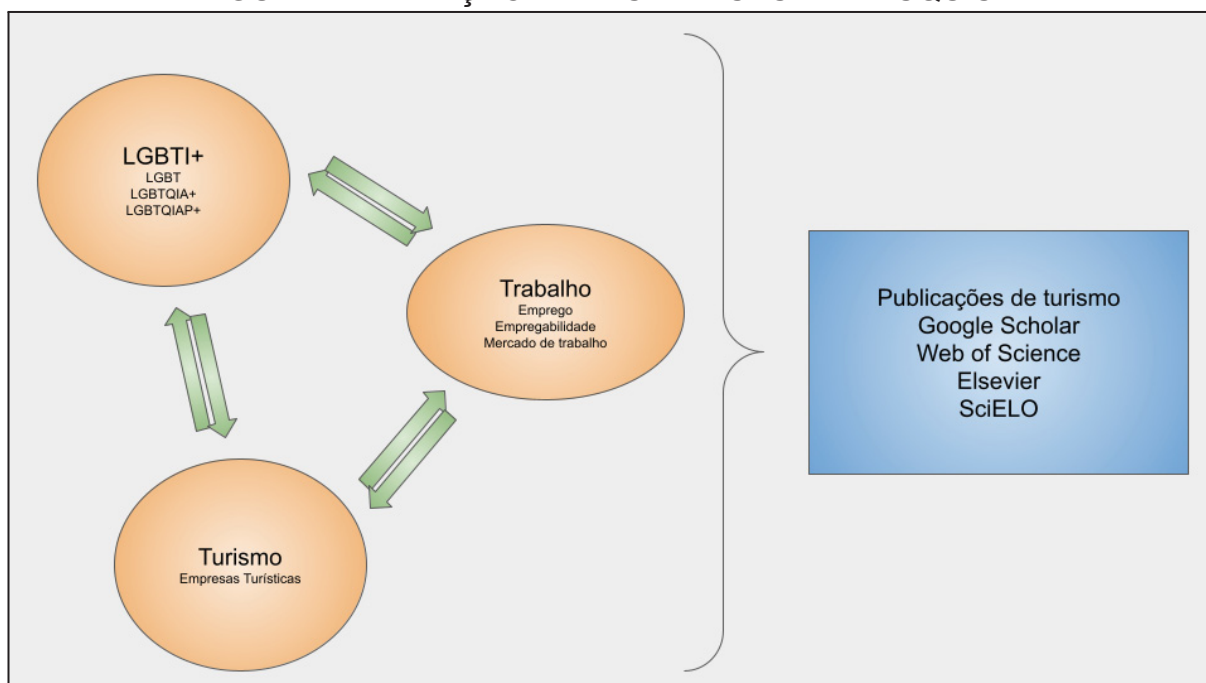
### **3.PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS**

O presente trabalho possui objetivos que o caracterizam como pesquisa qualitativa, pois aborda o mundo de significados, motivos, aspirações, crenças, valores e atitudes, os quais não podem ser quantificados (Minayo *et al.*, 2011). O caráter da pesquisa é descritivo, segundo Gil (2008) “as pesquisas deste tipo têm como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou o estabelecimento de relações entre variáveis” (Gil, 2008). É caracterizada dessa forma, pois buscará estabelecer uma relação entre as políticas inclusivas de pessoas LGBTI+ e as experiências no cotidiano dos funcionários LGBTI+ dentro dessas empresas.

Para atender às necessidades dos demais objetivos deste trabalho, foi realizada uma pesquisa bibliográfica, que consiste no processo de identificar e estudar publicações anteriores relevantes para o tema de interesse, embasando a pesquisa e fornecendo fontes, teorias e metodologias (Veal, 2011). Jornais, revistas, material de audiovisual, material cartográficos, publicações de livros, teses, monografias, artigos científicos são documentos que podem ser utilizados para a pesquisa bibliográfica (Lakatos; Marconi 2003). A coleta de pesquisas anteriores ocorreu inicialmente com trabalhos coletados durante atividades propostas nas disciplinas do Programa de Pós-Graduação em Turismo da Universidade Federal do Paraná (PPGTurismo-UFPR) para embasamento prévio. Além disso, foram consultadas bases de dados com acesso aberto, como a Publicações de Turismo, uma base nacional de periódicos do campo do turismo desenvolvida pela Universidade de São Paulo (USP), e o Google Scholar. A busca em bases de dados como Web of Science (WoS), Elsevier e SciELO foi realizada por meio da plataforma Periódicos Capes, que possibilita acesso gratuito a bases pagas através da Comunidade Acadêmica Federada (CAFe).

As buscas ocorreram em diferentes momentos; contudo, seguiram o padrão com os termos definidos como “LGBTI+” e suas variantes (LGBTQIA+, LGBTQIAP+, LGBT), “emprego” e sua variante “empregabilidade”, “inclusão” no mercado de trabalho e também “turismo”. As buscas foram realizadas tanto no idioma português quanto no idioma inglês. Priorizou-se a busca pelos tópicos (título, resumo e palavras-chave) e também foi utilizado o operador booleano “e” para apresentar os trabalhos que continham diferentes termos juntos. Após essa pesquisa, foi possível obter embasamento teórico sobre os assuntos a serem discutidos nesta pesquisa. A Figura 1 ilustra os temas e as bases de pesquisa utilizados.

FIGURA 1 - RELAÇÃO TEMAS E BASES DE PESQUISA



FONTE: O Autor (2023)

O Quadro 2 apresenta quais métodos serão utilizados para contemplar cada um dos objetivos específicos.

QUADRO 2 - OBJETIVOS, MÉTODOS E TÉCNICAS

Objetivos Específicos	Métodos e Técnicas
Identificar empresas de turismo que se consideram como apoiadoras de pessoas LGBTI+;	Pesquisa Documental Pesquisa em Sistemas de busca
Definir aspectos que caracterizam uma organização inclusiva com pessoas LGBTI+;	Pesquisa Documental

Verificar políticas internas de inclusão de pessoas LGBTI+ com funcionários destas empresas;	Pesquisa Bibliográfica Pesquisa Documental
Contrastar políticas de inclusão destas empresas com vivências de funcionários LGBTI+.	Entrevistas IRAMUTEQ Análise de Discurso Método de Reinert

FONTE: O Autor (2023)

A busca por empresas de turismo que apoiam pessoas LGBTI+ foi inicialmente realizada pelo sistema de busca do Google. No entanto, para uma abordagem mais eficaz, optou-se por utilizar os membros associados de associações empresariais de Turismo LGBTI+, com destaque para a Câmara de Comércio e Turismo LGBT. Esta associação é considerada a de maior relevância no Brasil e tem como objetivo promover o “intercâmbio de conhecimento e o desenvolvimento das relações comerciais e empresariais entre as pessoas físicas, brasileiras ou estrangeiras, fortalecendo o empreendedorismo e o desenvolvimento socioeconômico e cultural da Comunidade LGBT” (CÂMARA LGBT, 2022). Esta entidade possui mais de 100 empresas e organizações associadas, incluindo redes hoteleiras, companhias aéreas, agências e operadoras de turismo, além de representantes de destinos turísticos nacionais e internacionais. A delimitação será feita nas empresas que atuam em território brasileiro, abrangendo diferentes áreas do turismo, especialmente agenciamento, meios de hospedagem e transporte aéreo

Para alcançar os objetivos 2 e 3, foi utilizada a pesquisa documental, que é bastante semelhante à pesquisa bibliográfica. Contudo, o que difere é a natureza das fontes: a bibliográfica fundamentalmente utiliza as contribuições dos autores sobre determinado assunto, enquanto a documental são materiais que não receberam tratamento analítico e podem ser reelaborados de acordo com os objetivos da pesquisa (Gil, 2008). Sendo assim, foi realizada uma pesquisa nos sites oficiais dos membros associados da Câmara LGBT para verificar informações relacionadas a pessoas LGBTI+ e também sobre a inclusão destas pessoas nas empresas.

Após a identificação das empresas e a coleta de documentos, incluindo publicações em redes sociais de apoio a pessoas LGBTI+, foi desenvolvida uma

entrevista com 14 perguntas abertas. Essas perguntas possibilitaram compreender a relação entre os funcionários LGBTI+ e as empresas. No entanto, não era possível prosseguir com a pesquisa sem a aprovação das perguntas do roteiro de entrevistas pelo Comitê de Ética em Pesquisa das Ciências Humanas e Sociais (CEP/CHS) da UFPR. A Resolução 196/96 do Ministério da Saúde do Conselho Nacional de Saúde estabeleceu as Diretrizes e Normas de Pesquisa Envolvendo Seres Humanos, que têm como objetivo principal garantir o respeito à pessoa, não apenas das pessoas envolvidas no processo da pesquisa, mas também da sociedade como um todo (Muccioli *et al.*, 2008). Apesar de essas diretrizes terem sido criadas na área da saúde, em pesquisas sociais e de humanidades também existem regras de revisão utilizadas pelos comitês de ética, especialmente em pesquisas que empregam técnicas qualitativas de levantamento de dados (Diniz, 2008).

A submissão do trabalho e os procedimentos da pesquisa ocorrem por meio da Plataforma Brasil, que tem a missão de garantir ao sistema do Comitê de Ética em Pesquisa - Comissão Nacional de Ética em Pesquisa (CEP-CONEP) eficiência na proteção ao sujeito da pesquisa. Ela é uma base nacional que unifica os registros sobre as pesquisas, desde a submissão até a aprovação, contando com o acompanhamento dos relatórios de pesquisa e documentação com os dados públicos das pesquisas aprovadas (PLATAFORMA BRASIL, 2023). Para este trabalho os documentos necessários para a submissão ao CEP/CHS foram a Ata de aprovação do projeto pelo colegiado do Programa de Pós-Graduação; Concordância dos serviços envolvidos, este é um documento emitido pela coordenação do departamento envolvido no projeto em que a pesquisa será realizada, neste caso nas dependências do PPGTurismo; Termo de consentimento livre e esclarecido (TCLE), um documento público específico da pesquisa, com informações sobre as circunstâncias sob as quais o consentimento será obtido, sobre o responsável por obtê-lo e a natureza da informação a ser fornecida aos participantes da pesquisa; Projeto de pesquisa e Roteiro de Entrevistas.

O projeto de pesquisa consiste em um documento que apresenta o tema da pesquisa, objetivos gerais e específicos, a relevância social, a população a ser estudada, garantias éticas aos participantes, metodologia, cronograma, orçamento, critérios de inclusão e exclusão de participantes, riscos e benefícios envolvidos na pesquisa, e a divulgação dos resultados. Alguns desses tópicos do projeto já foram



abordadas neste trabalho, contudo alguns tópicos precisam ser elaborados especialmente para a submissão do CEP/CHS como as garantias éticas em que os pesquisadores asseguraram aos participantes direito à privacidade, ao sigilo, à confidencialidade, à anonimidade de dados pessoais, voz, e imagem e que os dados serão utilizados exclusivamente para fins acadêmicos.

Possíveis riscos que as pessoas entrevistadas correm ao participar da pesquisa incluem a possibilidade de desconforto, vergonha, quebra de sigilo, cansaço, aborrecimento, invasão de privacidade e constrangimento diante de questões sensíveis, assim como a disponibilidade de tempo para responder adequadamente ao instrumento. Sendo assim, são necessárias medidas minimizadoras, como assegurar confidencialidade, garantir que os dados sejam utilizados apenas para fins científicos, adotar uma abordagem humanizada, oferecer escuta atenta e acolhimento aos participantes, além de possibilitar o encerramento da entrevista a qualquer momento caso a pessoa entrevistada não queira prosseguir. Os benefícios esperados com a pesquisa devem superar os possíveis riscos. Dessa forma, são apresentados como benefícios o entendimento da aplicação de políticas de inclusão de pessoas LGBTI+ no mercado de trabalho do turismo, além da orientação a gestores e proprietários que têm a pretensão de tornar suas empresas mais inclusivas e preparadas para lidar com situações de preconceito sofrido por seus funcionários de forma acolhedora.

O Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) é um documento de caráter explicativo que deve abordar todas as questões relativas ao estudo, permitindo que a pessoa relacione essas informações à sua decisão de participar ou não da pesquisa. O TCLE deve apresentar uma linguagem de fácil entendimento, contemplando todos os aspectos do estudo. Ao assinar o TCLE, a pessoa reconhece que compreendeu e aceitou todos os aspectos do estudo, incluindo os riscos e possíveis benefícios envolvidos (Souza *et al.*, 2013). Adicionalmente, o TCLE contém a autorização da pessoa para ter sua entrevista gravada por áudio.

O Quadro 3 apresenta o roteiro de entrevistas com as questões desenvolvidas para questionar as pessoas entrevistadas. Composto por 14 perguntas abertas, incluindo uma pergunta com complemento, foi elaborado para possibilitar a coleta de informações sobre as empresas que não puderam ser obtidas por meio da pesquisa documental.

QUADRO 3 - ROTEIRO DE ENTREVISTA

<b>Pergunta 1</b>	Qual Orientação Sexual você identifica?
<b>Pergunta 2</b>	Qual Identidade de Gênero você identifica?
<b>Pergunta 3</b>	Em qual empresa qual trabalha atualmente?
<b>Pergunta 4</b>	Qual o cargo atual desempenhado na empresa?
<b>Pergunta 5</b>	Quanto tempo está trabalhando na empresa?
<b>Pergunta 6</b>	Como foi o processo de contratação?
<b>Questão A</b>	Pertencia a alguma vaga de política inclusiva?
<b>Pergunta 7</b>	Conhece se existem as políticas de inclusão de pessoas LGBTI+ na empresa?
<b>Pergunta 8</b>	Você acredita que estas políticas de inclusão tem efeito significativo para os funcionários LGBTI+?
<b>Pergunta 9</b>	Já passou por algum episódio de preconceito dentro do ambiente de trabalho?
<b>Pergunta 10</b>	Esse episódio foi reportado a algum comitê de código de conduta ou Recursos Humanos da empresa?
<b>Pergunta 11</b>	Qual foi o procedimento adotado pela empresa diante deste caso de preconceito?
<b>Pergunta 12</b>	Você acredita que este procedimento adotado atendeu às suas necessidades enquanto vítima de preconceito?
<b>Pergunta 13</b>	Você acredita que a empresa é um lugar humanizado por ser inclusiva com pessoas LGBTI+?
<b>Pergunta 14</b>	Por favor, comente sobre a sua experiência enquanto pessoa LGBTI+ que trabalha em uma empresa que se apresenta como apoiadora de pessoas LGBTI+?

FONTE: O Autor (2023)

As perguntas de 1 a 5 eram mais objetivas e buscavam caracterizar o perfil da pessoa entrevistada, incluindo como ela se identificava no grupo de pessoas LGBTI+, o tempo na empresa e o cargo desempenhado. Durante o processo de entrevista, percebeu-se que a pergunta 3 não seria necessária para a pesquisa, uma vez que, durante o recrutamento de potenciais entrevistados, já era de conhecimento do pesquisador em qual empresa a pessoa trabalhava.

A partir da pergunta 6, as respostas tornaram-se mais subjetivas, proporcionando maior riqueza de detalhes em relação aos entrevistados. A pergunta 6 indagava sobre o processo de contratação, buscando entender como a pessoa

entrevistada ingressou na empresa e se a vaga estava vinculada a alguma política inclusiva, ou seja, se era destinada a pessoas de grupos marginalizados. A pergunta 7 questionava sobre o conhecimento das políticas inclusivas da empresa, uma vez que se esperava que uma empresa associada à Câmara de Turismo LGBT tivesse alguma política de inclusão. A pergunta 8 abordava os efeitos dessas políticas para as pessoas LGBTI+ que trabalham na empresa.

A pergunta 9 tinha como objetivo entender se a pessoa entrevistada passou por algum episódio de preconceito dentro da empresa atual. Essa pergunta foi a que gerou a necessidade de aprovação do projeto de pesquisa e roteiro de entrevista pelo Comitê de Ética em Pesquisa, uma vez que poderia evocar memórias de eventos traumáticos, causar desconforto e até mesmo sentimentos de vergonha. As perguntas 10, 11 e 12 referiam-se ao procedimento adotado pela empresa em relação ao episódio de preconceito. Contudo, durante o processo de entrevista, percebeu-se que caso a pessoa entrevistada não tivesse passado por algum episódio de preconceito, essas perguntas não teriam necessidade. Dessa forma, a pergunta 10 foi adaptada para saber se existe algum comitê de conduta a ser contatado caso haja algum episódio de preconceito, e a pergunta 11 tem como objetivo saber se a pessoa conhece o procedimento adotado pela empresa após uma denúncia ao comitê de ética. A pergunta 12 não era feita caso a pessoa não tivesse sofrido algum episódio de preconceito, pois questionava sobre a eficácia do procedimento. A pergunta 13 buscava saber mais sobre o ambiente empresarial como um lugar mais inclusivo e humanizado, uma vez que a empresa se apresenta como apoiadora de pessoas LGBTI+. Por fim, a pergunta 14 era para a pessoa entrevistada comentar sobre a experiência dela dentro de uma empresa que se apresenta como inclusiva com pessoas LGBTI+ e entender mais sobre o cotidiano profissional desses trabalhadores.

Após a submissão do projeto pela Plataforma Brasil e a espera pelo parecer do CEP/CHS, a presente pesquisa foi aprovada com o Número do Parecer: 6.204.979. Com a aprovação, foi possível dar continuidade ao trabalho para alcançar o objetivo específico de comparar políticas de inclusão dessas empresas com os relatos de funcionários LGBTI+ em relação ao ambiente de trabalho. O recrutamento por pessoas entrevistadas ocorreu de forma ativa pela rede social LinkedIn, lançada em 2003, esta é uma plataforma de mídia social com foco em redes e

desenvolvimento profissional e empresarial (Stokes *et al.*, 2019) conectando empregadores com pessoas interessadas em empregos.

Foi pesquisado o perfil das empresas associadas à Câmara de Turismo LGBT no campo de "pessoas", onde constam os funcionários que trabalham nessas empresas. Assim, verificaram-se potenciais pessoas para serem entrevistadas. Foram encontradas 8 pessoas que se encaixavam no perfil para a pesquisa no período de 02 de agosto de 2023 a 13 de setembro de 2023. Assim, foram enviadas mensagens a essas pessoas, convidando-as a participar da entrevista. Quando havia retorno e aceite na participação, foi enviado o TCLE, no qual constam os riscos e benefícios da pesquisa, bem como a autorização para gravação de áudio destinada à transcrição. E posteriormente combinaram-se os detalhes para as entrevistas. As entrevistas foram conduzidas de forma virtual, utilizando a plataforma *Google Meet*, em datas e horários escolhidos pelas pessoas entrevistadas, com duração média de 30 minutos cada. As gravações de áudio foram realizadas por meio do aplicativo nativo do sistema operacional Windows.

Após as entrevistas realizadas e transcritas de forma literal, os textos foram preparados para análise no software *Interface de R pour les Analyses Multidimensionnelles de Textes et de Questionnaires* (IRAMUTEQ), que significa Interface do R para Análises Multidimensionais de Textos e Questionários. Este é um software de código aberto que possibilita análises estatísticas sobre corpus textuais e tabelas indivíduos/palavras, sem perder o contexto em que as palavras aparecem. Isso torna possível integrar níveis quantitativos e qualitativos na análise, proporcionando maior objetividade e avanços nas interpretações dos dados de texto (CAMARGO; JUSTO, 2013). A versão a ser utilizada nesta pesquisa é a IRAMUTEQ 0.7 alpha 2. O IRAMUTEQ possibilita diversas análises, incluindo classificação de palavras, análise de similitude, nuvem de palavras, entre outras. A partir destas funções, será possível representar em figuras como se dá a relação entre empresas apoiadoras de pessoas LGBTI+ com a vivência de funcionários destas empresas.

As análises utilizadas neste trabalho incluíram a Classificação de Palavras por meio do método de Classificação Hierárquica Descendente (CHD), conforme proposto por Reinert (Reinert, 1990). Este método sugere que a combinação de conjuntos distintos de documentos, no caso entrevistas diversas, abordando um mesmo tema, como a inclusão de pessoas LGBTI+ em empresas de turismo, tende

a revelar ocorrências semelhantes de palavras (Moreira; César, 2019). O Método da Classificação Hierárquica Descendente (CHD) efetua uma classificação de palavras que simultaneamente revela os segmentos de texto com vocabulários semelhantes entre si e vocabulários distintos em relação a segmentos de outras classes. No texto processado, é possível identificar grupos de palavras, o que facilita a compreensão das ideias presentes no corpus. A partir dessa análise, o software realiza um processo de agrupamento, gerando uma representação gráfica denominada dendrograma, no qual cada classe de palavras é diferenciada por cor (Camargo; Justo, 2013). Após as análises realizadas no IRAMUTEQ, foi conduzida uma comparação entre os dados coletados por meio da pesquisa documental e os resultados obtidos nas entrevistas. Esses resultados serão apresentados no próximo capítulo de Resultados.

#### **4.RESULTADOS**

Esta análise de resultados irá apresentar os dados obtidos durante o processo de pesquisa, delineando os objetivos e destacando as informações extraídas desses resultados. O primeiro objetivo específico foi a identificação das empresas que apoiam pessoas LGBTI+. Para isso, procurou-se os membros associados da Câmara de Turismo LGBT, a qual é a associação empresarial mais proeminente no Brasil. Seu estatuto apresenta objetivos sociais, tais como a promoção do desenvolvimento de relações entre empresas e organizações, tanto no Brasil quanto no exterior, com indivíduos da comunidade LGBT, além de disseminar a cultura de respeito à diversidade sexual. Adicionalmente, a Câmara oferece apoio, orientação, capacitação e espaços de intercâmbio para negócios relacionados à diversidade (CÂMARA LGBT). A Câmara LGBT realiza anualmente, desde 2017, a Conferência Internacional da Diversidade. Este evento, com ênfase no formato Business to Business (B2B), concentra-se no segmento LGBT, proporcionando conhecimento e fomentando negócios. A conferência é direcionada a colaboradores de empresas, entidades, destinos, setor público, bem como a pensadores e profissionais vinculados aos pilares do evento, que englobam Empresas (cadeia de

suprimentos e empregabilidade), Cultura, Esporte e Turismo LGBT (Conferência LGBT).

No site oficial da Câmara LGBT, estão disponíveis as empresas e organizações associadas. Dessa forma, o Quadro 4 apresenta a lista dos atuais associados, bem como sua área de atuação. No primeiro levantamento, constatou-se a presença de 66 associados à Câmara de Turismo LGBT. No levantamento mais recente, esse número aumentou para 109 associados. Entre os dois levantamentos, observou-se a saída de 29 associados e a adesão de 72 novos, caracterizando que a participação na câmara não é estática. Empresas associadas podem participar em determinado período e optar por não participar em outro.

QUADRO 4 - EMPRESAS ASSOCIADAS CÂMARA LGBT

Nome do Associado	Tipo de empresa	Nome do Associado	Tipo de empresa	Nome do Associado	Tipo de empresa
Dias & Galego Advogados	Advocacia	Canyons do Sul	Agência de Viagem	Gi Group	Consultoria de Trabalho
Riogaleão Aeroporto	Aeroporto	Latitud Viagens	Agência de viagens	C3 Consulting	Consultoria em Engenharia
Renase	Agência de Eventos	Latitud Travel Experience	Agência receptivo	Gramado	Destino Turístico
11onze Agência	Agência de Marketing	Bondinho	Atrativo Turístico	Turismo Espanha	Destino Turístico
Luck Maker	Agência de Marketing	Grupo Cataratas	Atrativo Turístico	Guiya editora	Editora / Revista
Oriba Agência	Agência de Marketing	Eagle São Paulo	Bar	Carnegie English Revolution	Escola de inglês
JPP Marca	Agência de Marketing	vijabi	Blog de viagem	Spazio	Espaço Gourmet
Estratégia Turismo	Agência de turismo	TBO holidays	Brocker hoteleiro	Grupo MM	Eventos
Copastur	Agência de Turismo	brooklynbrewery	Cervejaria	Rids eventos e produções	Eventos
Quickly Travel	Agência de Turismo	Krafte	Chip viagem	NBRG	Exportação de café
Zayne Viagens e Turismo	Agência de Turismo	uni global telecon	Chip viagem	Mix brasil	Festival
Costa Azul turismo	Agência de Viagem	Circo Spacial	Circo	Cavazz	Film director and scriptwriter
D&D viagens	Agência de Viagem	Galeria Café	Clube	Masculinidade	Fotografia
MH Tour	Agência de Viagem	High club	Clube e Eventos	Maracanã Hostel	Hotelaria
Poltrona 1 turismo	Agência de Viagem	Avianca	Companhia aérea	Almenat Hotel	Hotelaria
Viaje entre iguais	Agência de Viagem	Gol	Companhia aérea	Hilton Barra Rio de Janeiro	Hotelaria
Vip Guest Brasil	Agência de Viagem	VMO Turismo	Consultoria	Hilton Rio de janeiro Copacabana	Hotelaria
Yag Travel	Agência de viagem	Mais Diversidade	Consultoria de Trabalho		Continua...

Nome do Associado	Tipo de empresa	Nome do Associado	Tipo de empresa	Nome do Associado	Tipo de empresa
Hilton São Paulo Morumbi	Hotelaria	Vila Galé Fortaleza	Hotelaria	fantastic brindes	Loja de Brindes
Linx	Hotelaria	Vila Galé Marés	Hotelaria	Fahrer	Loja de Móveis
Mercure Rio Boutique Hotel Copacabana	Hotelaria	Vila Galé Paulista	Hotelaria	Johnson & Johnson	Multi marcas
Prodigy Santos Dumont	Hotelaria	Vila Galé Rio de Janeiro	Hotelaria	Mondelez	Multi marcas
Pullman São Paulo Ibirapuera	Hotelaria	Vila Galé Salvador	Hotelaria	Banda do Fuxico - ONG	ONG
Selina	Hotelaria	Vila Galé Touros	Hotelaria	Diversa Turismo	Operadora de Turismo
Selina Aurora	Hotelaria	Wish Hotel Bahia	Hotelaria	Orinter	Operadora de Turismo
Selina Bonito	Hotelaria	Vila da Santa	Hotelaria	Neumann	Operadora receptiva
Selina Buzios	Hotelaria	Accor - Rede	Hotelaria	Movioca	Produção Audiovisual
Selina Copacabana	Hotelaria	chilli pepper 269	Hotelaria	Homograma	Produção de projetos Culturais
Selina Floripa	Hotelaria	Hotel Sonata de Iracema	Hotelaria	CASTRO BURGER	Restaurante
Selina Foz do Iguçu	Hotelaria	Ibis copacabana (posto 2)	Hotelaria	Befree	Revista
Selina Lapa Rio	Hotelaria	Varanda das Bromélias	Hotelaria	Buraco das Araras	RPPN
Selina Madalena São Paulo	Hotelaria	vila Galé Hotéis	Hotelaria	Sp Turismo e Viagens	Secretaria de Estado
Selina Paraty	Hotelaria	Pousada Casa de Shiva	Hotelaria	Bahia Turismo	Secretaria de Estado
Vila Galé Alagoas	Hotelaria	Pousada Santorini	Hotelaria	Mulher de 50 pode	Sem Definição
Vila Galé Cumbuco	Hotelaria	Basf	Indústria Química	tnw	Sem Definição
Vila Galé Eco Resort Angra	Hotelaria	Dow	Indústria Química	Rohayhu	Sem Definição
Vila Galé Eco Resort Cabo	Hotelaria	Zorzin Logística	Logística	Meta	Tecnologia

FONTE: Adaptado de Câmara de Comércio e Turismo LGBT (2023)



A partir deste levantamento, observou-se que diversos atores envolvidos na atividade turística participam da Associação, seja de forma direta ou indireta. A Figura 2 apresenta a classificação em quantidade dos 109 associados. Na área do Turismo, destacam-se a Hotelaria, com 39 associados; Agências de Turismo, com 14 associados; Operadoras de Turismo, com 2 associados; Companhias Aéreas, com 2 associados; e Secretarias de Turismo, também com 2 associados. Entretanto, nem todos os associados são empresas exclusivas do setor turístico. Há presença de Agências de Marketing e Comunicação (4 associados), um escritório de advocacia (1 associado) e diversas empresas sem relação direta com o turismo, como multimarcas (2 associados), indústrias (2 associados) e várias categorias de lojas.

É evidente que a maioria das empresas associadas pertence à área da hotelaria. No entanto, a listagem foi feita conforme a apresentação no site da Câmara de Turismo LGBT, incluindo muitos hotéis que fazem parte de uma rede de hotéis. As agências de turismo também têm um número mais expressivo, o que pode indicar que nessas empresas há uma percepção da necessidade de se apresentar como inclusivas, presumivelmente devido ao reconhecimento do turismo LGBTI+ como um nicho de mercado.

Entretanto, é notável que várias empresas sem relação direta com o setor de turismo fazem parte da Câmara. Mesmo sendo uma Câmara de Comércio e Turismo, há empresas multimarcas, da indústria e agricultura, tornando difícil identificar o motivo específico para a participação dessas empresas de outros setores da economia nessa Câmara.

FIGURA 2 - GRÁFICO DE HIERARQUIA DOS ASSOCIADOS DA CÂMARA LGBT



FONTE: O Autor (2023)

Com a identificação das empresas de turismo que se apresentam como apoiadoras de pessoas LGBTI+, verificou-se como essas empresas expressam seu apoio. Quase todas as empresas possuem um site ou perfil em rede social, nos quais foram buscadas informações relacionadas a pessoas LGBTI+. Ao acessar os sites, constatou-se que praticamente nenhum deles apresentava uma página específica sobre a inclusão de pessoas LGBTI+, nem em relação a clientes LGBTI+ nem a funcionários LGBTI+. As informações mais relevantes foram encontradas na página da Rede Accor sobre o “Dia Internacional do Orgulho LGBTQI+”.

Nessa página, são disponibilizadas informações referentes a cada sigla, explicando o significado de cada uma. Também é destacado que não é apropriado utilizar siglas antigas que não representam mais essas pessoas. A relação da empresa com o apoio à causa LGBTI+ no Brasil é apresentada, explicando que a Accor é o primeiro grupo hoteleiro a aderir ao Fórum de Empresas LGBTI+, tornando-se signatária da Carta de Adesão aos 10 Compromissos da Empresa com os Direitos LGBTQI+.

O Fórum de Empresas e Direitos LGBTI+, uma entidade criada em 2013, "surge como uma mobilização de empresas comprometidas em tornar verdade a máxima da Declaração Universal dos Direitos Humanos" (Fórum LGBTI+). Eles publicaram uma carta que apresenta 10 compromissos das empresas participantes, destinados a orientar as práticas empresariais sobre o tema e a guiar os trabalhos do próprio Fórum. Além disso, entende-se que o papel das empresas é oferecer uma agenda de trabalho para todos e qualificar a demanda no relacionamento com o Estado e a Sociedade Civil. Desta forma, existem indicativos para as ações e indicadores de profundidade que detalham cada um dos compromissos para verificar a situação atual das empresas em relação ao tema e a possibilidade de elaboração de um plano para alcançar uma nova situação.

O Quadro 5 apresenta os 10 compromissos que constam na Carta do Fórum LGBTI+ (2013).

#### QUADRO 5 - 10 COMPROMISSOS FÓRUM LGBTI+

- |   |
|---|
| <ol style="list-style-type: none"><li>1. Comprometer-se, presidência e executivos, com o respeito e com a promoção dos direitos LGBTI+.</li></ol> |
|---|

2. Promover igualdade de oportunidades e tratamento justo às pessoas LGBTI+.
3. Promover ambiente respeitoso, seguro e saudável para as pessoas LGBTI+.
4. Sensibilizar e educar para o respeito aos direitos LGBTI+.
5. Estimular e apoiar a criação de grupos de afinidade LGBTI+.
6. Promover o respeito aos direitos LGBTI+ na comunicação e marketing.
7. Promover o respeito aos direitos LGBTI+ no planejamento de produtos, serviços e atendimento aos clientes.
8. Promover ações de desenvolvimento profissional de pessoas do segmento LGBTI+.
9. Promover o desenvolvimento econômico e social das pessoas LGBTI+ na cadeia de valor.
10. Promover e apoiar ações em prol dos direitos LGBTI+ na comunidade.

FONTE: Adaptado de Fórum LGBTI+ (2023)

Cada um dos 10 compromissos possui objetivos específicos, sendo os tópicos mais relevantes para esta pesquisa a promoção da igualdade de oportunidades e tratamento justo às pessoas LGBTI (Compromisso 2), a criação de um ambiente respeitoso, seguro e saudável para as pessoas LGBTI+ (Compromisso 3) e a promoção de ações de desenvolvimento profissional para indivíduos do segmento LGBTI+ (Compromisso 8). O Quadro 6 apresenta esses objetivos específicos.

#### QUADRO 6 - COMPROMISSOS E OBJETIVOS ESPECÍFICOS

COMPROMISSOS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS
2. Promover igualdade de oportunidades e tratamento justo às pessoas LGBTI+.	<ol style="list-style-type: none"> <li>2.1 Estabelecer políticas e práticas de não discriminação a pessoas LGBT em processos de recrutamento e seleção de empregados(as), com atenção especial a travestis e transgeneros.</li> <li>2.2 Estabelecer metas específicas para a inclusão de travestis e transgeneros em processos de recrutamento e seleção, realizando ações afirmativas para ampliar a participação do segmento no mercado de trabalho.</li> <li>2.3 Revisar ferramentas e procedimentos de recrutamento e seleção que possam oferecer barreiras e discriminar pessoas LGBT.</li> <li>2.4 Capacitar profissionais da área de pessoas que realizam recrutamento e seleção para melhor entendimento do tema e protagonismo na aplicação prática do compromisso da empresa com a não discriminação.</li> <li>2.5 Revisar ferramentas e procedimentos de avaliação e identificação de potenciais para desenvolvimento na carreira para o alinhamento com a postura de não discriminação da empresa e a identificação de possíveis posturas discriminatórias.</li> <li>2.6 Inserir o tema da orientação sexual e identidade de gênero em censos e pesquisas internas (clima, engajamento, saúde, bem-estar etc.), com os devidos cuidados para não ampliar a discriminação, garantindo que o segmento LGBT seja considerado e os dados possam inspirar a criação de políticas e práticas específicas ou não.</li> </ol>

	<p>2.7 Realizar ações afirmativas que favoreçam o crescimento na carreira, voltadas sobretudo a travestis e transexuais.</p> <p>2.8 Incluir compromisso com a igualdade de oportunidades e tratamento justo às pessoas LGBT no diálogo, capacitação, acompanhamento e avaliação de desempenho de gestores(as).</p> <p>2.9 Revisar ou implantar políticas, normas e procedimentos, considerando a diversidade sexual, que promovam a igualdade e tratamento justo, em termos de benefícios e outras práticas de desenvolvimento dos profissionais na empresa.</p> <p>2.10 Estabelecer, voluntariamente, benefícios e condições favoráveis ao pleno desenvolvimento das pessoas LGBT, sobretudo travestis e transexuais, ampliando a capacidade de atração e engajamento da empresa, criando diferenciais e impactos positivos na reputação.</p>
<p>3.Promover ambiente respeitoso, seguro e saudável para as pessoas LGBTI+</p>	<p>3.1.Capacitar gestores(as) e equipes no tema da diversidade sexual, suas implicações no âmbito do cuidado com a qualidade das relações no ambiente interno da empresa.</p> <p>3.2.Implantar ou aprimorar canal de reclamação de empregados(as) considerando a diversidade sexual, a vulnerabilidade do segmento LGBT a práticas de discriminação e as necessidades específicas de capacitação dos operadores do canal para lidar com as situações.</p> <p>3.3.Definir política que evidencie compromisso com a erradicação de práticas de discriminação a pessoas LGBT e as medidas a serem tomadas pela empresa com gestores(as), colegas e membros de outros públicos de relacionamento ou stakeholders.</p> <p>3.4. Estabelecer política que trate do tema das pessoas vivendo com HIV, independente de orientação sexual e identidade de gênero, seja essa política específica ou não, mas evidenciando compromisso com a não discriminação.</p> <p>3.5. Identificar e incentivar boas práticas de gestão e relacionamento que promovem direitos humanos e respeitam pessoas do segmento LGBT, dando visibilidade ao tema, aos compromissos da empresa e aos gestores(as) e empregados(as) em geral que praticam inclusão e respeito.</p>
<p>8. Promover ações de desenvolvimento profissional de pessoas do segmento LGBTI+.</p>	<p>8.1.Desenvolver e/ou apoiar ações de capacitação de membros do segmento LGBT, na empresa ou com parceiros de desenvolvimento e qualificação profissional. Atenção especial a travestis e transexuais.</p> <p>8.2. Investir no diálogo e apoio a organizações formadoras (escolas regulares, escolas profissionalizantes, escolas técnicas e universidades, entre outras) para, com elas, promover os direitos LGBT e a valorização da diversidade sexual, favorecendo a inclusão e a erradicação das práticas de discriminação.</p> <p>8.3. Criar mecanismos internos, como coaching ou mentoring, entre outros, para favorecer o enfrentamento de barreiras que impedem ou atrapalham o desenvolvimento dos empregados(as) LGBT na carreira.</p>

FONTE: Adaptado de Fórum LGBTI+ (2023)

O Compromisso 2 da Carta do Fórum LGBTI+ visa promover a igualdade de oportunidades e tratamento justo para pessoas LGBTI+. Inicialmente, essa promoção de igualdade deve começar no processo de contratação, eliminando qualquer forma de discriminação contra candidatos LGBTI+, com atenção especial para pessoas transgêneros e travestis. Além disso, busca-se promover vagas

afirmativas direcionadas a essas pessoas e avaliar as ferramentas dos processos seletivos, capacitando recrutadores para evitar barreiras a candidatos transgêneros. Isso é crucial, pois muitas vezes, indivíduos transgêneros são desclassificados em fases iniciais de processos seletivos devido à sua identidade de gênero.

É imperativo incluir temas relacionados a pessoas LGBTI+ em pesquisas internas sobre clima organizacional, engajamento, bem-estar e saúde, fomentando a discussão sobre o assunto. A realização de ações afirmativas é necessária para permitir o crescimento profissional de pessoas LGBTI+ e garantir igualdade de oportunidades. Por fim, a empresa deve criar condições favoráveis ao pleno desenvolvimento dessas pessoas, ampliando sua capacidade de atração e engajamento, gerando diferenciais e impactos positivos na reputação corporativa.

O Compromisso 2 está relacionado à interação direta entre a empresa e os funcionários LGBTI+. Dessa forma, seus objetivos tendem a ser mais individualizados, considerando as necessidades específicas, especialmente entre pessoas cisgêneros e transgêneros.

O Compromisso 3, que busca promover um ambiente respeitoso, seguro e saudável para as pessoas LGBTI+, está relacionado aos espaços de trabalho frequentados por indivíduos LGBTI+. Inicialmente, é preciso capacitar e conscientizar os gestores sobre a diversidade, incentivando-os a abordar essas questões com suas equipes. Os colegas de trabalho representam um convívio significativo no ambiente profissional, e, portanto, é possível que ocorrências de atitudes preconceituosas contra pessoas LGBTI+ surjam.

Essa iniciativa requer a implementação ou aprimoramento de canais de reclamação. Esses canais servem como meio para que pessoas que tenham sido alvo de preconceito possam buscar apoio, enquanto as pessoas responsáveis por tais atos preconceituosos possam ser responsabilizadas. Contudo, é fundamental que os responsáveis pelos canais de denúncias estejam devidamente capacitados para lidar com as situações relatadas, garantindo uma abordagem sensível e eficaz.

A carta do Fórum LGBTI+, publicada em 2013, tinha como objetivo oferecer amparo em relação a situações de preconceito. No entanto, somente em 2019, o Supremo Tribunal Federal (STF) decidiu equiparar declarações de preconceito contra pessoas LGBTI+ ao crime de racismo. Diante desse cenário, torna-se

necessário que as empresas estabeleçam políticas que evidenciem o compromisso de erradicar a prática de discriminação contra pessoas LGBTI+ nas diversas relações existentes, incluindo aquelas entre colegas de trabalho, entre funcionários e fornecedores, e entre funcionários e clientes.

Outro objetivo específico do Compromisso 3 é estabelecer políticas que abordem o tema de pessoas vivendo com HIV, independentemente da orientação sexual e identidade de gênero. Apesar de a população LGBTI+ ter sido historicamente associada à epidemia e infecção pelo HIV, é preciso reconhecer que existem pessoas heterossexuais vivendo com HIV. Nesse contexto, tornam-se necessárias políticas que abranjam pessoas que vivem com HIV, as quais, devido a essa condição, também podem enfrentar discriminação e preconceito, o que é considerado crime conforme previsto pela LEI Nº 12.984/2014.

O último objetivo do Compromisso 3 é identificar e incentivar boas práticas de gestão e relacionamento que promovem direitos humanos e respeitam pessoas LGBTI+. Para alcançar esse objetivo, é necessário que a empresa dê visibilidade a esse tema e assuma um compromisso conjunto com líderes de gestão e funcionários em geral para implementar práticas de inclusão e respeito.

Esse objetivo reflete que todos os envolvidos na empresa desempenhem seu papel e adotarem ações de respeito e inclusão não apenas em relação às pessoas LGBTI+, mas também em relação a outros grupos minoritários. O Compromisso 3 destaca questões relacionadas à interação das pessoas LGBTI+ com os demais funcionários da empresa. Para que o ambiente seja mais inclusivo, é necessário que todos os envolvidos na empresa sejam sensibilizados para compreender as questões e pautas relevantes para as pessoas LGBTI+.

O último compromisso abordado na Carta do Fórum LGBTI+, que será discutido neste trabalho, refere-se à promoção de ações para o desenvolvimento profissional de pessoas do segmento LGBTI+. Esse compromisso visa os funcionários LGBTI+ já presentes na empresa. O seu objetivo é implementar ações que capacitam profissionalmente essas pessoas, proporcionando oportunidades de qualificação tanto dentro quanto fora da organização.

É essencial fomentar o diálogo e o apoio junto a organizações formadoras, como escolas regulares, escolas profissionalizantes, escolas técnicas e

universidades, entre outras. Esses ambientes desempenham um papel fundamental na formação de futuros profissionais. Ao abordar questões relacionadas à valorização da diversidade sexual e ao fomento da inclusão nos locais de ensino, promove-se a formação de mais pessoas LGBTI+, capacitando-as para ingressarem em ambientes profissionais mais formais.

Por fim, é destacada a necessidade de as empresas criarem mecanismos de treinamentos e mentorias específicas para pessoas LGBTI+, visando superar as barreiras que podem impedir ou dificultar o desenvolvimento de suas carreiras profissionais. Isso visa garantir condições equitativas para o crescimento profissional de indivíduos LGBTI+ dentro da empresa.

A partir dos compromissos apresentados pela Carta do Fórum LGBTI+, foi possível atingir o objetivo específico de caracterizar aspectos de uma organização inclusiva com pessoas LGBTI+. Embora todos os dez compromissos contribuam para a inclusão de pessoas LGBTI+ nas empresas, os três abordados anteriormente destacam aspectos que afetam diretamente essas pessoas. Inicialmente, ao considerar a inserção no mercado de trabalho, particularmente para pessoas transgêneros, percebe-se a presença de preconceitos e barreiras enfrentadas antes mesmo da contratação. Em seguida, destaca-se a importância de criar equipes de trabalho e ambientes nos quais todos os funcionários compreendam e respeitem as pessoas LGBTI+, promovendo um ambiente respeitoso não apenas para essa comunidade, mas também para outros grupos minorizados.

Por último, o compromisso relacionado à capacitação e ao desenvolvimento profissional de pessoas LGBTI+ destaca-se como um meio de oferecer oportunidades para atingir posições e salários mais elevados, além de possibilitar o acesso a cargos de gestão. Essa abordagem é necessária para quebrar com a tradicional tendência de predominantemente atribuir esses cargos a homens brancos, cisgêneros e heterossexuais.

Os compromissos do Fórum LGBTI+ delineiam diretrizes para promover a inclusão nas empresas. Embora haja diversas empresas de vários segmentos associadas ao Fórum, destaca-se que a única empresa diretamente vinculada ao turismo é a Rede Accor, a qual expõe suas políticas inclusivas em seu site oficial. A rede relata ter realizado um processo seletivo específico para pessoas transgênero,



representando uma iniciativa que oferece a essas pessoas a oportunidade de ingressar no mercado de trabalho formal.

Além disso, a Rede Accor é patrocinadora oficial da Parada do Orgulho LGBTI+ de São Paulo, considerada a maior parada do orgulho do mundo, com uma estimativa de participação de cerca de 3 milhões de pessoas (Pinhoni, 2019). Dessa forma, o objetivo de apresentar políticas internas de inclusão de pessoas LGBTI+ por parte dos funcionários dessas empresas foi parcialmente alcançado.

As demais empresas da Câmara de Turismo LGBT não disponibilizavam informações sobre questões LGBTI+ em seus sites. Portanto, para atingir o objetivo de comparar as políticas de inclusão dessas empresas com os relatos de funcionários LGBTI+ em relação ao ambiente de trabalho, foi utilizado apenas o que foi obtido por meio do site da Rede Accor e da Carta dos 10 Compromissos da Empresa com os Direitos LGBTI+. Inicialmente, será apresentado um panorama geral das três entrevistas realizadas. Posteriormente, serão apresentados os dados e análises obtidas pelo software IRAMUTEQ. Por fim, será realizada a comparação entre essas análises e os dados coletados na pesquisa documental.

Foram conduzidas três entrevistas com indivíduos que trabalham em empresas associadas à Câmara de Turismo LGBT. Para preservar o sigilo, algumas informações específicas sobre os entrevistados não serão apresentadas, conforme acordado no Termo de Consentimento Livre e Esclarecido. Essas informações incluem detalhes sobre as empresas em que trabalham, o tipo de empresa (agências de turismo, meios de hospedagem, companhias aéreas, etc.) e o cargo desempenhado. A omissão desses detalhes neste texto não impactará na análise dos resultados. No Quadro 7 abaixo, estão resumidas as respostas mais objetivas obtidas nas entrevistas.

QUADRO 7 - SÍNTESE PERFIL PESSOAS ENTREVISTADAS

Pergunta	Entrevistado 1	Entrevistado 2	Entrevistado 3
Qual Orientação Sexual você identifica?	Bissexual	Gay - Homossexual	Gay - Homossexual
Qual Identidade de Gênero você identifica?	Homem Cisgênero	Homem Cisgênero	Homem Cisgênero

Quanto tempo está trabalhando na empresa?	10 meses	8 anos	5 anos
---	----------	--------	--------

FONTE: O Autor (2023)

Observando o Quadro 7, é possível constatar que todos os entrevistados são homens cisgêneros. Isso pode ter ocorrido por diversos motivos. O universo de pessoas para a pesquisa foi inicialmente selecionado via LinkedIn, uma rede social voltada ao mundo profissional e corporativo. No entanto, nem todos os usuários dessa plataforma a acessam regularmente. Além disso, identificar pessoas LGBTI+ exclusivamente pelo LinkedIn é subjetivo, sendo muitas vezes necessário recorrer a outras redes sociais para verificar se as pessoas fazem parte da comunidade LGBTI+, tornando-as potenciais entrevistadas.

Cabe ressaltar que nem todas as pessoas que receberam o convite para participar da entrevista responderam, e algumas delas recusaram principalmente ao serem informadas sobre a necessidade de gravação de áudio. A dificuldade também foi encontrada ao tentar localizar pessoas transgêneros, já que muitas delas não têm um emprego formal e, conseqüentemente, não possuem uma conta no LinkedIn. Outras abordagens, como o contato por meio de terceiros, não puderam ser aplicadas devido às restrições da metodologia submetida ao Comitê de Ética em Pesquisa, o que poderia invalidar a aprovação obtida.

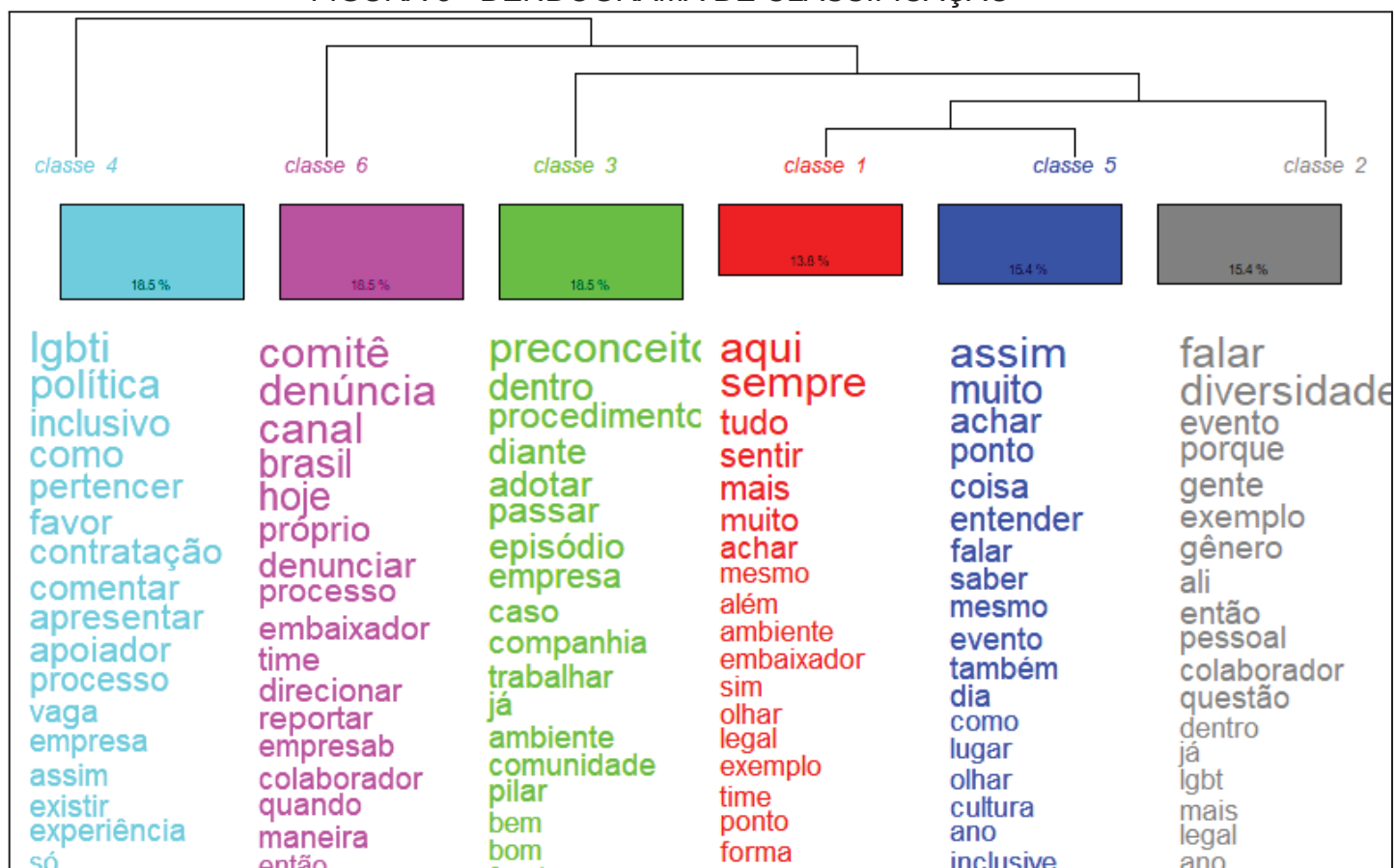
Uma vez que o recorte era relacionado apenas à orientação sexual ou identidade de gênero, não deveria haver implicação em classe social, escolaridade ou etnia das pessoas entrevistadas. No entanto, é necessário destacar que, mesmo não havendo perguntas relacionadas a essas características, foi possível perceber que os entrevistados possuíam um nível elevado de instrução educacional e, em sua maioria, eram pessoas brancas. Dessa forma, mesmo não constando no protocolo de recorte de população, pode-se perceber que essas características podem influenciar na contratação de pessoas LGBTI+, podendo até mesmo ser mais relevantes do que a própria orientação sexual.

Por se tratar de uma pesquisa de caráter qualitativo, com as três entrevistas realizadas, foi possível realizar as análises esperadas no software IRAMUTEQ, proporcionando resultados que atendem aos objetivos da pesquisa. A primeira análise realizada no software foi a Classificação de Palavras. Na Figura 3, que

representa essa classificação, o software segregou o conteúdo das três entrevistas que se relacionavam entre si, resultando em um total de seis classes de palavras.

A Classe 1 (vermelho), denominada "Ambiente", abrange trechos relacionados ao ambiente de trabalho. A Classe 2 (cinza), intitulada "Ações inclusivas", engloba trechos que abordam políticas e ações inclusivas nas empresas. A Classe 3 (verde), nomeada "Preconceito", abrange trechos relacionados a questões de preconceito. A Classe 4 (ciano), denominada "LGBTI+", contém trechos que tratam diretamente de questões relacionadas a pessoas LGBTI+. A Classe 5 (azul), chamada "Empresa", engloba trechos que tratam de assuntos relacionados à empresa. Por fim, a Classe 6 (magenta), nomeada "Denúncia", apresenta trechos relacionados aos canais de denúncia em relação a episódios de preconceito.

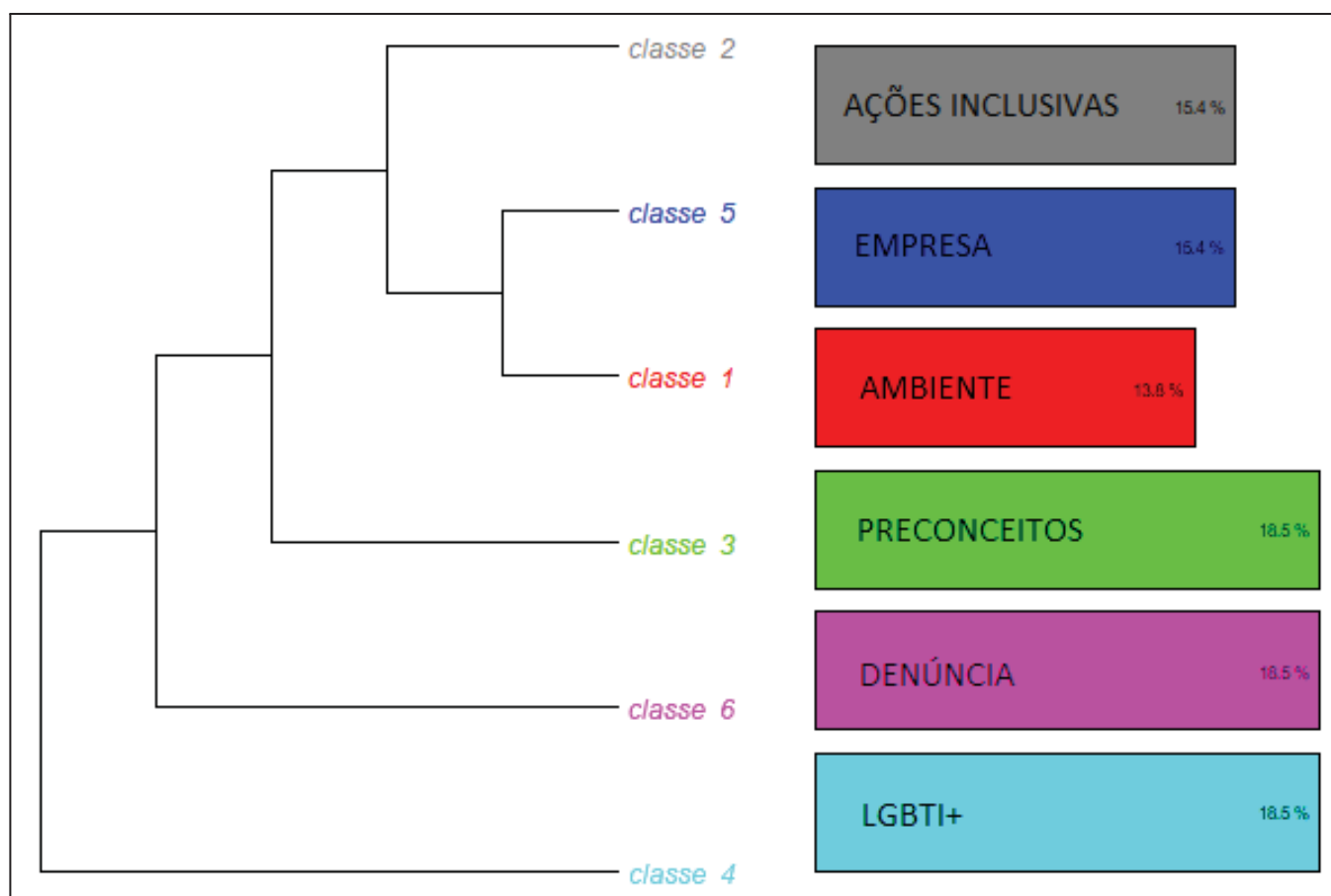
FIGURA 3 - DENDOGRAMA DE CLASSIFICAÇÃO



FONTE: O Autor (2023)

A Figura 4 ilustra como as classes estão separadas no texto. A primeira ramificação parte da Classe 4 - LGBTI+, devido ao fato de que a entrevista abordava diretamente esse tema. A segunda ramificação provém da Classe 6 - Denúncia, estando relacionada à terceira ramificação da Classe 3 - Preconceito, uma vez que se entende que episódios de preconceito muitas vezes são seguidos por uma denúncia. A quarta ramificação é da Classe 2 - Ações Inclusivas, a qual está relacionada às duas últimas classes, Classe 5 - Empresa e Classe 1 - Ambiente, visto que as ações inclusivas ocorrem dentro das empresas e requerem envolvimento no ambiente de trabalho.

FIGURA 4 - DENDOGRAMA COM CLASSES NOMEADAS



FONTE: O Autor (2023)

Após a apresentação da Classificação de Palavras que utiliza a Classificação Hierárquica Descendente (CHD) de Reinert, serão detalhadas cada uma das classes conforme as ramificações apresentadas na Figura 4. Será destacada a relação

dessas classes com as perguntas feitas durante a entrevista, abordando especificamente as perguntas de 7 a 14, uma vez que as perguntas de 1 a 6 foram mais objetivas e já foram apresentadas no Quadro 7.

A Classe 1 - Ambiente foi destacada nas perguntas 8 e 14. Nessa classe, os entrevistados abordaram a existência de um ambiente de trabalho diverso, onde há a possibilidade de interação com outras pessoas LGBTI+. Eles mencionaram a facilidade de transitar entre as áreas da empresa, a abertura dos gestores em relação à orientação sexual e a conexão com o propósito da cultura empresarial. Nessa classe, percebe-se que o ambiente de trabalho apresenta aspectos positivos para pessoas LGBTI+, incluindo a presença de outras pessoas LGBTI+ nesses espaços e a liberdade dessas pessoas em serem assumidas no ambiente de trabalho sem enfrentar repressão.

A Classe 5 - Empresa também é destacada nas perguntas 8 e 14. Nessa classe, é evidenciado que as empresas se apresentam como acolhedoras para pessoas LGBTI+, mas ainda há trabalho a ser feito para se tornarem mais inclusivas. Mesmo havendo um sentimento de pertencimento ao lugar, é ressaltado que é necessário que a gestão aprenda com aqueles que têm mais conhecimento sobre os assuntos da inclusão. Isso indica que, apesar de as empresas se apresentarem como apoiadoras de pessoas LGBTI+, ainda há outros fatores que precisam ser abordados para tornar o ambiente de trabalho ainda mais inclusivo.

A Classe 2 - Ações inclusivas se destaca nas perguntas 6, 7, 8 e 14. Nessa classe, foram apresentadas as ações que as empresas desenvolvem para pessoas LGBTI+, como grupos de afinidades não apenas para LGBTI+, mas também para outros grupos minoritários. Além disso, são realizadas palestras que impactam não apenas os funcionários LGBTI+, mas também aqueles que têm familiares ou pessoas próximas LGBTI+. A empresa também se faz representar em eventos sobre pessoas LGBTI+ e oferece a possibilidade de indicação de pessoas LGBTI+ para vagas inclusivas. Essas ações se mostram significativas para os funcionários LGBTI+, demonstrando a atenção das empresas a essas pessoas, e também impactam pessoas LGBTI+ que não estão diretamente ligadas à empresa, como familiares, tornando-se não apenas uma ação interna, mas também uma ação para a sociedade.

A Classe 3 - Preconceito está destacada nas perguntas 8, 9, 10, 11 e 14. Esta classe está diretamente relacionada à pergunta 9 sobre episódios de preconceito sofridos pelos entrevistados dentro da empresa. Houve três respostas distintas: um entrevistado não sofreu preconceito, outro sofreu preconceito em outra empresa, mas não na atual empresa, e o último também sofreu preconceito, mas em um evento externo à empresa. Assim, nenhum dos entrevistados relatou ter sofrido preconceito dentro da empresa, embora dois deles tenham passado por episódios de preconceito em ambientes de trabalho anteriores. Foi destacada a necessidade de investigação de episódios de preconceito para fins de denúncia, bem como determinadas situações em que as pessoas LGBTI+ precisam "criar um personagem" para se integrar ao mundo corporativo, além de pilares de Governança Ambiental, Social e Corporativa que propõem orientações para evitar situações de preconceito.

A Classe 6 - Denúncia foi destacada nas perguntas 7, 10 e 11, onde os entrevistados mencionaram a existência de canais de denúncia não apenas para pessoas LGBTI+, mas também em relação a outros preconceitos ou episódios passíveis de denúncia. Esses canais estão vinculados aos comitês de afinidade para entendimento e reconhecimento de episódios de preconceito. Foi mencionado que esse canal de denúncia é analisado por uma empresa externa, evitando interferência interna no procedimento. Além disso, os funcionários são orientados a buscar diretamente o canal de denúncias e não recorrer a outras pessoas dentro da empresa.

Por fim, a Classe 4 - LGBTI+ está relacionada com as perguntas 6, 7, 8, 11 e 14. Inicialmente, todos os entrevistados afirmaram que não ingressaram na empresa por meio de vagas afirmativas e que seus processos de contratação não apresentaram distinções em relação a outros processos. A análise revelou que as empresas possuem culturas diversas, tornando-as diferentes umas das outras. Há a possibilidade de sugestão de políticas para pessoas LGBTI+, contudo é necessário um esforço constante para que essas políticas sejam aplicadas efetivamente. As empresas demonstram ser respeitosas à diversidade, evidenciando uma evolução e amadurecimento em relação a políticas de inclusão que se estendem não apenas às

peças LGBTI+, mas também a outros grupos minoritários, como mulheres e pessoas negras.

A partir da Classificação de Palavras e das análises individuais de cada classe, é possível apresentar os resultados em relação ao objetivo de comparar políticas de inclusão dessas empresas com relatos de funcionários LGBTI+ sobre o ambiente de trabalho. Conforme informado, a comparação foi realizada com base nos Compromissos do Fórum LGBTI+, especificamente o Compromisso 2 - Promover igualdade de oportunidades e tratamento justo às pessoas LGBTI+; o Compromisso 3 - Promover ambiente respeitoso, seguro e saudável para as pessoas LGBTI+; e o Compromisso 8 - Promover ações de desenvolvimento profissional de pessoas do segmento LGBTI+.

No Compromisso 2, que trata de promover igualdade de oportunidades e tratamento justo às pessoas LGBTI+, as empresas onde os entrevistados trabalham apresentaram iniciativas para vagas inclusivas, embora o ingresso dos entrevistados não tenha ocorrido por meio desse tipo de vaga. Não foi possível verificar diretamente os pontos de capacitação dos profissionais de recrutamento, especialmente para pessoas transgênero e travestis, pois não foram realizadas entrevistas com pessoas que se identificam dessa maneira. Pode-se considerar que existem ações afirmativas que favorecem o crescimento de carreira, uma vez que dois entrevistados estavam na empresa há mais de 5 anos. A revisão de políticas, normas e procedimentos considerando a diversidade sexual também é percebida quando os entrevistados mencionam outras pessoas LGBTI+ que trabalham na empresa. O estabelecimento de condições favoráveis para o desenvolvimento de pessoas LGBTI+ é evidenciado quando os entrevistados mencionam que se encontram em um lugar de pertencimento, o que possibilita o engajamento e tem um impacto positivo na empresa para essas pessoas.

No Compromisso 3, que visa promover um ambiente respeitoso, seguro e saudável para as pessoas LGBTI+, diversos pontos indicam o cumprimento desse compromisso pelas empresas. A existência de canais de denúncia, amplamente divulgados aos funcionários, é um aspecto positivo. Além disso, as políticas de compromisso com a erradicação de práticas discriminatórias, por meio de grupos de afinidade, palestras e eventos sobre o tema LGBTI+, demonstram um incentivo a boas práticas na promoção dos direitos das pessoas LGBTI+. Vale ressaltar que as

políticas relacionadas ao HIV não foram mencionadas durante as entrevistas, impossibilitando uma avaliação mais detalhada dessas políticas.

No Compromisso 8, que visa promover ações de desenvolvimento profissional de pessoas do segmento LGBTI+, observou-se que as empresas demonstram iniciativas nesse sentido por meio de grupos de afinidade e canais de denúncia. Essas ferramentas possibilitam o enfrentamento de barreiras que podem impedir o pleno desenvolvimento profissional de pessoas LGBTI+. No entanto, não houve menção específica sobre o diálogo com entidades formadoras durante as entrevistas, o que limita a avaliação dessa dimensão do compromisso.

Considerando isso, é evidente que os aspectos mais destacados nas empresas são os grupos de afinidade, assim como os canais de denúncia que representam um avanço em termos de compromisso e apoio às pessoas LGBTI+. É importante salientar que não se pode afirmar categoricamente que todas as empresas envolvidas na Câmara de Turismo LGBT possuam grupos de afinidade ou canais de denúncia, uma vez que seria necessário realizar uma pesquisa abrangente envolvendo um maior número de participantes e empresas. Além disso, não foi possível obter um entendimento mais aprofundado em relação às pessoas transgêneros, visto que todos os entrevistados eram cisgêneros.

Dessa forma, o último objetivo específico desta pesquisa foi alcançado, uma vez que é possível estabelecer um paralelo entre algumas políticas de inclusão apresentadas pela Carta de Compromisso do Fórum LGBTI+ com os relatos obtidos por meio das entrevistas. Contudo, é preciso destacar que nem todas as empresas divulgam essas políticas para o público, e há também outros sete compromissos não comparados. Além disso foi visto que as políticas utilizadas ainda apresentam-se como primeiros passos para maior inclusão de pessoas LGBTI+, sendo necessárias mais ações para inclusão, em especial para pessoas transgêneros e travestis.

## **5. CONSIDERAÇÕES FINAIS**

A presente pesquisa buscou preencher a lacuna que envolve trabalho, pessoas LGBTI+ e turismo, especialmente no que diz respeito à inclusão dessas pessoas por empresas que se apresentam como apoiadoras da comunidade



LGBTI+. O embasamento teórico precisou ser encontrado em diferentes campos de pesquisa, tais como direito, psicologia e administração, o que proporcionará uma contribuição significativa para os estudos no âmbito do turismo (SETEMY, 2018).

De maneira geral, os objetivos específicos foram alcançados. Foi possível identificar as empresas que se apresentam como apoiadoras de pessoas LGBTI+ por meio dos associados da Câmara de Comércio e Turismo LGBT, que possui em seu site um campo dedicado aos associados. Também foi possível determinar em quais áreas do turismo essas empresas atuam, sendo a hotelaria a área com o maior número de associados.

O objetivo de caracterizar aspectos de uma organização inclusiva foi alcançado, pois a Carta dos 10 compromissos do Fórum de empresas LGBTI+ descreve 10 compromissos gerais, cada um com objetivos específicos que orientam as empresas em políticas de inclusão de pessoas LGBTI+. Isso permitiu elucidar para este trabalho as ações necessárias para tornar uma empresa mais inclusiva.

No entanto, o objetivo de apresentar políticas internas de inclusão das empresas listadas no primeiro objetivo específico foi alcançado parcialmente, já que apenas uma empresa divulgou suas políticas publicamente. Dessa forma, não é possível determinar se as outras empresas possuem políticas mais consolidadas em relação à inclusão de pessoas LGBTI+. Portanto, é necessário realizar uma análise entre os dados coletados no objetivo anterior para dar continuidade à pesquisa.

Por fim, o objetivo específico de comparar políticas de inclusão dessas empresas com relatos de funcionários LGBTI+ foi alcançado por meio das entrevistas realizadas e análises do IRAMUTEQ. Este objetivo recebeu uma atenção especial, pois é nele que se esperavam os dados de campo. A necessidade de aprovação pelo Comitê de Ética em Pesquisa trouxe relevância para o estudo, visto que a metodologia aplicada proporcionou maiores benefícios em relação aos possíveis danos de pesquisa. A participação dos entrevistados foi essencial para o trabalho, e nenhum deles apresentou desconforto ou a necessidade de encerrar a entrevista antes de sua finalização.

Dessa maneira, o objetivo geral de analisar políticas de inclusão de pessoas LGBTI+ em empresas de turismo foi alcançado com sucesso. Isso demonstra que a implementação de ações como grupos de afinidades, conscientização por meio de

palestras e eventos, e canais de denúncia estruturados já pode posicionar as empresas como inclusivas para pessoas LGBTI+. No entanto, é importante ressaltar que ainda são necessárias outras ações e políticas para tornar as empresas ainda mais inclusivas. Essas medidas devem considerar não apenas homens gays ou bissexuais, mas também mulheres lésbicas ou bissexuais, e, especialmente, pessoas transgêneros e travestis, que muitas vezes não são plenamente incluídas no ambiente de trabalho formal do setor turístico.

Essas ações e políticas inclusivas representam uma oportunidade para que pessoas LGBTI+ possam acessar espaços que historicamente lhes eram vedados. A contratação em um trabalho formal proporciona garantias que os trabalhos informais muitas vezes não oferecem, tornando essas iniciativas inclusivas opções valiosas para grupos marginalizados que, de outra forma, poderiam recorrer ao trabalho informal para obter alguma renda.

Ao serem inseridas nesses espaços inclusivos, as pessoas LGBTI+ encontram um ambiente que respeita sua orientação sexual e identidade de gênero. Isso permite que elas desempenhem suas funções de maneira mais eficaz, sem a preocupação constante com episódios de preconceito. Essas ações, portanto, não apenas abrem portas para oportunidades de emprego, mas também criam ambientes mais acolhedores e igualitários.

Como contribuição desta pesquisa, espera-se poder direcionar e orientar empresas de turismo sobre questões relacionadas às pessoas LGBTI+, apresentando caminhos já percorridos por empresas que apoiam essa comunidade para aquelas que desejam tornar-se mais inclusivas. Além disso, espera-se trazer a pauta das pessoas LGBTI+ para a realidade acadêmica, especialmente no campo do turismo, gerando discussões sobre pessoas LGBTI+ envolvidas nas atividades turísticas, indo além do viés de turistas ou destinos.

Como fatores limitantes da pesquisa, destacam-se inicialmente a jornada dupla enfrentada pelo pesquisador, que, por não receber auxílio ou bolsa de pesquisa, precisou conciliar sua jornada entre o trabalho e a academia. Essa realidade pode ter impactado a disponibilidade de tempo e energia para se dedicar exclusivamente à pesquisa.

Além disso, a necessidade de aprovação pelo Comitê de Ética em Pesquisa, embora de grande importância ética, trouxe uma limitação em relação ao tempo exigido para a submissão e avaliação de aprovação. No entanto, é digno de nota que o projeto foi aprovado na primeira submissão, sem a necessidade de retificação, o que representou uma eficiência positiva nesse aspecto.

Outro desafio enfrentado foi a dificuldade em encontrar pessoas dispostas a participar das entrevistas. A falta de explicitação da identidade LGBTI+ na rede social LinkedIn pode sugerir a existência de um "armário profissional", onde pessoas LGBTI+ optam por não divulgar sua orientação sexual ou identidade de gênero, especialmente nessa plataforma. Esse fator pode ter contribuído para a limitação na identificação de participantes para a pesquisa. Além disso, mesmo após a identificação de potenciais participantes, houve resistência e recusas após informar que as entrevistas precisavam ser gravadas.

A partir desta pesquisa, é possível propor novos trabalhos que envolvam empresas que não se apresentam como apoiadoras de pessoas LGBTI+. É também viável ampliar a pesquisa para outras áreas do turismo, como destinos turísticos específicos, ou utilizar a metodologia em áreas fora do turismo. Isso se justifica pelo fato de existirem empresas nos setores do comércio e indústria que se apresentam como apoiadoras de pessoas LGBTI+.

A comunidade LGBTI+ alcançou avanços em diversos aspectos; no entanto, a conquista da igualdade plena ainda não foi totalmente realizada. É crucial continuar a mobilização e luta para obter outros direitos necessários, além de preservar os já conquistados. O turismo, como fenômeno que promove a troca de experiências e encontros entre diferentes realidades sociais e culturais, deve ser visto como um instrumento para compreender e respeitar as vidas e modos de existência de outras pessoas.

As empresas que integram a cadeia da atividade turística, presentes em todas as etapas da viagem, precisam estar capacitadas para promover a inclusão efetiva de Lésbicas, Gays, Bissexuais, Transexuais, Travestis, Intersexuais, assim como acolher diversas orientações sexuais e identidades de gênero. Isso deve ir além de considerar esse público como apenas um nicho de mercado, mas como parte integrante e fundamental da diversidade que enriquece a experiência turística.

## REFERÊNCIAS

- ABRAI. **O que é ser Intersexo**. 2023. **ABRAI**. Disponível em: <https://abrai.org.br/informacoes-e-recursos/definicao-de-intersexo/>. Acesso em: set. 2023.
- ABRAM, L. Desigualdades de gênero e raça no mercado de trabalho brasileiro. **Ciência e Cultura**, v. 58, n. 4, p. 40–41, dez. 2006. .
- ALBORNOZ, S. **O que é trabalho?** São Paulo: Brasiliense, 1994.
- ALMEIDA, G. T.; ITUASSU, C. T.; RIBEIRO, L. P. Um Estudo Sobre a Categoria Trabalho: Sua Evolução e Ótica Simbólica. **Revista Cereus**, v. 8, n. 3, p. 68–85, 2016. <https://doi.org/10.18605/2175-7275/cereus.v8n3p68-85>.
- ANGELI, E. A. de. Turismo GLS. *In*: ANSARAH, M. G. dos R. **Turismo**: segmentação de mercado. São Paulo: Futura, 2001.
- BRASIL, Lei nº 12.984 de 02 de junho de 2014. **Define o crime de discriminação dos portadores do vírus da imunodeficiência humana (HIV) e doentes de aids**. Diário Oficial da União, Brasília, DF 02 jun. 2014. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2011-2014/2014/lei/l12984.htm#:~:text=LEI%20N%C2%BA%2012.984%2C%20DE%20,HIV\)%%20e%20doentes%20de%20aids](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/l12984.htm#:~:text=LEI%20N%C2%BA%2012.984%2C%20DE%20,HIV)%%20e%20doentes%20de%20aids) . Acesso em: set. 2023
- BRASIL. Decreto nº 8.727, de 28 de Abril de 2016. **Dispõe sobre o uso do nome social e o reconhecimento da identidade de gênero de pessoas travestis e transexuais no âmbito da administração pública federal direta, autárquica e fundacional**. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 28 abr. 2016. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2015-2018/2016/decreto/d8727.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2016/decreto/d8727.htm)>. Acesso em set. 2023
- BRASIL DE FATO. **Transexualidade deixa de ser considerada doença, mas ainda é patologizada**. Disponível em: <https://www.brasildefato.com.br/2019/06/03/transexualidade-deixa-de-ser-considerada-doenca-mas-ainda-e-patologizada>>. Acesso em: set. 2023.
- CAGED - CADASTRO GERAL DE EMPREGADOS E DESEMPREGADOS. **Estatísticas Mensais do Emprego Formal**. [S. l.: s. n.], 2022. Disponível em: <https://static.poder360.com.br/2022/10/1-sumarioexecutivo-26out2022.pdf>.
- CALVET, N. A. **A questão LGBT e o turismo** : compromisso sociopolítico versus desenvolvimento da oferta. 2018. 98 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Turismo) – Universidade de Brasília, Brasília, 2018.
- CAMARGO, B. V.; JUSTO, A. M. IRAMUTEQ: Um software gratuito para análise de dados textuais. **Temas em Psicologia**, v. 21, n. 2, p. 513–518, 2013. <https://doi.org/10.9788/TP2013.2-16>.
- CÂMARA LGBT. **Estatuto da Câmara LGBT**. 2022. Disponível em: <https://camaralgbt.com.br/estatuto-da-camara-lgbt/>> Acesso em: set. 2023
- CÂMARA LGBT. **Associados**. 2023. Disponível em: <https://camaralgbt.com.br/associados/>> Acesso em: set. 2023
- CARVALHO, N. V. Q.; MOLEIRO, D. M.; ALBUQUERQUE, F. A cidade do Porto enquanto

destino turístico LGBTQI+. **Revista Turismo & Desenvolvimento**, , p. 223–234, 2019. <https://doi.org/10.34624/RTD.V0132.20492>.

CARVALHO, R. C. D.; KNOERR, V. C. de S. Sobrejornada: um Olhar a partir do Dano Moral em Razão de Doenças Psicolaborais. **Revista de Direitos Fundamentais nas Relações do Trabalho, Sociais e Empresariais**, v. 1, n. 1, 7 dez. 2015. DOI 10.26668/IndexLawJournals/2526-009X/2015.v1i1.962. Disponível em: <http://www.indexlaw.org/index.php/revistadireitosfundamentais/article/view/962>. Acesso em: jan. 2023.

CENTRAL ÚNICA DOS TRABALHADORES. Confira as 12 formas de contratação de trabalhadores e saiba quais são seus direitos. 2022. **CUT - Central Única dos Trabalhadores**. Disponível em: <https://www.cut.org.br/noticias/confira-as-12-formas-de-contratacao-de-trabalhadores-e-saiba-quais-sao-seus-dire-0712>.

CERVO, K. S. **O direito fundamental ao trabalho na Constituição Federal de 1988**. 2014. 134 f. Dissertação – Programa de Mestrado em Direito da Universidade de Caxias do Sul, Caxias do Sul, 2014. Disponível em: <https://repositorio.uces.br/xmlui/handle/11338/289>.

CLAUDINO, A. de L.; COSTA, P. A. O. C.; CAVALCANTE, I. C. O. G. da S. Qualidade dos Serviços em Empreendimentos Noturnos adeptos ao movimento LGBTQ+ em Natal, Rio Grande do Norte, Brasil. **Turismo e Sociedade**, v. 13, n. 3, 2021. DOI 10.5380/ts.v13i3.75649. Disponível em: <https://revistas.ufpr.br/turismo/article/view/75649>.

COLGAN, F.; WRIGHT, T. Lesbian, Gay and Bisexual Equality in a Modernizing Public Sector 1997-2010: Opportunities and Threats: LESBIAN, GAY AND BISEXUAL EQUALITY IN THE PUBLIC SECTOR. **Gender, Work & Organization**, v. 18, n. 5, p. 548–570, set. 2011. <https://doi.org/10.1111/j.1468-0432.2011.00558.x>.

CONFERÊNCIA DA DIVERSIDADE. **Report**: Publicações da Conferência. Disponível em: <https://www.conferencialgbt.com.br/reports>. Acesso em: set. 2023

CRESWELL, J. W. **Research design**: qualitative, quantitative, and mixed method approaches. 2nd ed. Thousand Oaks, Calif: Sage Publications, 2003.

DINIZ, D. (Org.). **Ética em pesquisa**: temas globais. 1a ed. Brasília, DF: Letras Livres : Fundação Universidade de Brasília : Editora UNB, 2008(Coleção Ética em pesquisa, 4).

FACCHINI, R.; FRANÇA, I. L. De cores e matizes: sujeitos, conexões e desafios no Movimento LGBT brasileiro. **Sexualidad, Salud y Sociedad - Revista Latinoamericana**, n. 3, p. 54–81, 1 dez. 2009. .

FERREIRA, V.; SACRAMENTO, I. Movimento LGBT no Brasil: violências, memórias e lutas. **Revista Eletrônica de Comunicação, Informação e Inovação em Saúde**, v. 13, n. 2, 28 jun. 2019. DOI 10.29397/reciis.v13i2.1826. Disponível em: <https://www.recis.icict.fiocruz.br/index.php/reciis/article/view/1826>. Acesso em: set. 2023.

FONTANA, C. P. A EVOLUÇÃO DO TRABALHO: DA PRÉ-HISTÓRIA ATÉ AO TELETRABALHO | Revista Ibero-Americana de Humanidades, Ciências e Educação. 2 ago. 2021. Disponível em: <https://periodicorease.pro.br/rease/article/view/1759>.

FORUM LGBTI+. **10 compromissos**. 2023. Disponível em: <https://www.forumempresaslgbt.com/10-compromissos>. Acesso em: set. 23

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 2008.

GÓIS, J. B. H.; DUARTE, F. J. M.; TEIXEIRA, K. C. da S. Experiências de gestão da diversidade sexual no ambiente de trabalho no Brasil: das experiências pontuais à formação de um fórum empresarial LGBT. VIII., 2017. **Jornada Internacional Políticas Públicas** [...]. São Luis: [s. n.], 2017. v. VIII, .

HARTMANN, J. M. **Transições e resistências**: empregabilidade de mulheres trans e travestis em Florianópolis. 2017. 151 f. Dissertação (mestrado) – Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de Filosofia e Ciências Humanas, Programa de Pós-Graduação em Sociologia Política, Florianópolis, 2017.

HON, A. H. Y.; GAMOR, E. The inclusion of minority groups in tourism workforce: Proposition of an impression management framework through the lens of corporate social responsibility. **International Journal of Tourism Research**, v. 24, n. 2, p. 216–226, mar. 2022. <https://doi.org/10.1002/jtr.2495>.

IPEA - INSTITUTO DE PESQUISA ECONÔMICA APLICADA. **Carta de Conjuntura**: Desempenho recente do mercado de trabalho e perspectivas. [S. l.]: Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada, 2022. Disponível em: [https://www.ipea.gov.br/cartadeconjuntura/wp-content/uploads/2022/12/221213\\_nota24mercado\\_de\\_trabalho.pdf](https://www.ipea.gov.br/cartadeconjuntura/wp-content/uploads/2022/12/221213_nota24mercado_de_trabalho.pdf).

IRINEU, B. A. Movimentos e Lutas LGBT no Brasil Contemporâneo: dialogando gênero, sexualidade e políticas públicas em tempos de neoliberalismo. *In*: **IV Jornada Internacional de Políticas Públicas**, 2009. São Luis: [s. n.], 2009.

JESUS, J. G. de. **Orientações sobre Identidade de Gênero**: Conceitos e Termos. 1. ed. Goiânia: Ser-Tão - Núcleo de estudos e pesquisas em gênero e sexualidade / UFG, 2012. v. 1, .

LACERDA, M.; PEREIRA, C.; CAMINO, L. Um estudo sobre as formas de preconceito contra homossexuais na perspectiva das representações sociais. **Psicologia: Reflexão e Crítica**, v. 15, n. 1, p. 165–178, 2002. <https://doi.org/10.1590/S0102-79722002000100018>.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. de A. **Fundamentos de metodologia científica**. São Paulo: Atlas, 2003.

LANZARINI, R.; RIAL, C. Turismo gay e desenvolvimento local: o caso brasileiro da Ilha de Santa Catarina. **Revista Turismo & Desenvolvimento**, , p. 1185-1194 Páginas, 1 jan. 2012. <https://doi.org/10.34624/RTD.V2117/18.13151>.

LINDSAY, S.; CAGLIOSTRO, E.; ALBARICO, M.; MORTAJI, N.; KARON, L. A Systematic Review of the Benefits of Hiring People with Disabilities. **Journal of Occupational Rehabilitation**, v. 28, n. 4, p. 634–655, dez. 2018. <https://doi.org/10.1007/s10926-018-9756-z>.

LLOREN, A.; PARINI, L. How LGBT-Supportive Workplace Policies Shape the Experience of Lesbian, Gay Men, and Bisexual Employees. **Sexuality Research and Social Policy**, v. 14, n. 3, p. 289–299, set. 2017. <https://doi.org/10.1007/s13178-016-0253-x>.

LOURO, G. L. Teoria queer: uma política pós-identitária para a educação. **Revista Estudos Feministas**, v. 9, n. 2, p. 541–553, 2001. <https://doi.org/10.1590/S0104-026X2001000200012>.

MACRAE, E. **A construção da igualdade-política e identidade homossexual no Brasil da “abertura”**. [S. l.]: EDUFBA, 2018. DOI 10.7476/9788523219987. Disponível em: <http://books.scielo.org/id/yn5sj>. Acesso em: 13 jan. 2024.

MARTINS, C. F. Gênero e Sexualidade na Educação Contemporânea. **ID on line. Revista de psicologia**, v. 10, n. 33, p. 257–270, 2017. <https://doi.org/10.14295/idonline.v10i33.652>.

MARTINS, S. P. **Direito do trabalho**. 28 ed. São Paulo: Atlas, 2012.

MARX, K. **O capital: crítica da economia política**. São Paulo: Nova Cultural, 1996.

MCFADDEN, C. Lesbian, Gay, Bisexual, and Transgender Careers and Human Resource Development: A Systematic Literature Review. **Human Resource Development Review**, v. 14, n. 2, p. 125–162, jun. 2015. <https://doi.org/10.1177/1534484314549456>.

MINAYO, M.; DESLANDES, S. F.; CRUZ NETO, O.; GOMES, R. **Pesquisa social Pesquisa social: teoria, método e criatividade**. Petrópolis: Editora Vozes, 2011.

MOREIRA, J.; CÉSAR, M. R. D. A. Ideologia de Gênero: uma metodologia de análise. **Educação & Realidade**, v. 44, n. 4, p. e86456, 2019. <https://doi.org/10.1590/2175-623686456>.

MORESCHI, G.; MARTINS, R.; CRAVEIRO, C. Pink Market: o marketing em crescimento. *In*: XIII CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO CENTRO-OESTE, 2011. **Anais do XIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste** [...]. Cuiabá: XIII, 2011.

MUCCIOLI, C.; DANTAS, P. E. C.; CAMPOS, M.; BICAS, H. E. A. Relevância do Comitê de Ética em Pesquisa nas publicações científicas. **Arquivos Brasileiros de Oftalmologia**, v. 71, n. 6, p. 773–774, dez. 2008. <https://doi.org/10.1590/S0004-27492008000600001>.

NEVES, C. S. B.; BRAMBATTI, L. E. O Comportamento do Turista LGBT com Relação ao Consumo em Viagens de Lazer. **Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade**, v. 11, n. 4, p. 832–846, 2019. .

OLIVEIRA JUNIOR, T. E. R. **A importância da comunidade LGBT como segmento de interesse da hotelaria**. 2014. 30 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Tecnólogo em Hotelaria) – Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2014.

OLIVEIRA, L. A. **Turismo para Gays e Lésbicas: uma viagem reflexiva**. São Paulo: Roca, 2002.

OZEREN, E. Sexual Orientation Discrimination in the Workplace: A Systematic Review of Literature. **Procedia - Social and Behavioral Sciences**, v. 109, p. 1203–1215, jan. 2014. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.12.613>.

OZTURK, M. B.; TATLI, A. Gender identity inclusion in the workplace: broadening diversity management research and practice through the case of transgender employees in the UK. **The International Journal of Human Resource Management**, v. 27, n. 8, p. 781–802, 27 abr. 2016. <https://doi.org/10.1080/09585192.2015.1042902>.

PANIZA, M. D. R.; MORESCO, M. C. On the margins of diversity management? Travestis,

Transsexuais and the world of work. **Revista de Administração de Empresas**, v. 62, n. 3, p. e2021-0031, 2022. <https://doi.org/10.1590/s0034-759020220305x>.

PEREIRA, C. R.; TORRES, A. R. R.; PEREIRA, A.; FALCÃO, L. C. Preconceito contra homossexuais e representações sociais da homossexualidade em seminaristas católicos e evangélicos. **Psicologia: Teoria e Pesquisa**, v. 27, n. 1, p. 73–82, mar. 2011. <https://doi.org/10.1590/S0102-37722011000100010>.

PINHONI, M. **Parada LGBT reuniu 3 milhões na Paulista, segundo organização; veja o que deu certo e o que deu errado**. Disponível em: <<https://g1.globo.com/sp/sao-paulo/noticia/2019/06/24/parada-lgbt-reuniu-3-milhoes-na-paulista-segundo-organizacao-veja-o-que-deu-certo-e-o-que-deu-errado.ghtml>>. Acesso em: 9 set. 2023.

PLATAFORMA BRASIL. **Sobre a Plataforma Brasil**. 2023. Disponível em: <<https://plataformabrasil.saude.gov.br/login.jsf;jsessionid=2DB1141EB3FFAD59C9E14727D65EED90.server-plataformabrasil-srvjpdf131>>. Acesso em: set. 2023

QUINALHA, R. H. **Contra a moral e os bons costumes: a política sexual da ditadura brasileira (1964-1988)**. 2017. Doutorado em Relações Internacionais – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2017. DOI 10.11606/T.101.2017.tde-20062017-182552. Disponível em: <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/101/101131/tde-20062017-182552/>. Acesso em: set. 2023.

REINERT, M. Alceste une méthodologie d'analyse des données textuelles et une application: Aurelia De Gerard De Nerval. **Bulletin of Sociological Methodology/Bulletin de Méthodologie Sociologique**, v. 26, n. 1, p. 24–54, mar. 1990. <https://doi.org/10.1177/075910639002600103>.

REIS, T. (Org.). **Manual de Comunicação LGBTI+**. 2ª edição. Curitiba: Aliança Nacional LGBTI / GayLatino, 2018.

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. .

SAÚDE. Ministério da Saúde. Portaria GM/MS nº 4.700, de 29 de dezembro de 2022. **Inclui e altera procedimentos na Tabela de Procedimentos, Medicamentos, Órteses, Próteses e Materiais Especiais do SUS**. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 29 dez. 2022. Disponível em: <[https://bvsms.saude.gov.br/bvs/saudelegis/gm/2022/prt4700\\_30\\_12\\_2022.html](https://bvsms.saude.gov.br/bvs/saudelegis/gm/2022/prt4700_30_12_2022.html)>. Acesso em: set. 2023

SILVA, A.; FONSECA, A. G.; COSTA, A.; SOUZA, B.; NASCIMENTO, J. W.; SANTOS, L.; SOARES, M. V.; MACHADO, A. L. Acesso e permanência da população LGBT no mercado de trabalho: revisão integrativa. **Conjecturas**, v. 21, n. 4, p. 663–676, 2021. <https://doi.org/10.53660/CONJ-246-808>.

SOUZA, M. K.; JACOB, C. E.; GAMA-RODRIGUES, J.; ZILBERSTEIN, B.; CECCONELLO, I.; HABR-GAMA, A. Termo de consentimento livre e esclarecido (TCLE): fatores que interferem na adesão. **ABCD. Arquivos Brasileiros de Cirurgia Digestiva (São Paulo)**, v. 26, n. 3, p. 200–205, set. 2013. <https://doi.org/10.1590/S0102-67202013000300009>.

SPIZZIRRI, G.; EUFRÁSIO, R. Á.; ABDO, C. H. N.; LIMA, M. C. P. Proportion of ALGBT



adult Brazilians, sociodemographic characteristics, and self-reported violence. **Scientific Reports**, v. 12, n. 1, p. 11176, 1 jul. 2022. <https://doi.org/10.1038/s41598-022-15103-y>.

STOKES, Y.; VANDYK, A.; SQUIRES, J.; JACOB, J.-D.; GIFFORD, W. Using Facebook and LinkedIn to Recruit Nurses for an Online Survey. **Western Journal of Nursing Research**, v. 41, n. 1, p. 96–110, jan. 2019. <https://doi.org/10.1177/0193945917740706>.

TERTO, A. P.; SOUZA, P. H. N. De Stonewall à Assembleia Geral da ONU: Reconhecendo os direitos LGBT. **Monções: Revista de Relações Internacionais da UFGD**, v. 5, n. 7, p. 120–148, 2015. .

TRIGO, L. G. G. Ascensão do prazer na sociedade atual: Turismo GLS. *In*: PANOSSO NETTO, A.; ANSARAH, M. G. dos R. (orgs.). **Segmentação do mercado turístico: estudos, produtos e perspectivas**. Barueri: Manole, 2009.

UNWTO. UNWTO releases 2nd Global Report on LGBT Tourism | UNWTO. 2017. Disponível em: <https://www.unwto.org/archive/global/press-release/2017-05-06/unwto-releases-2nd-global-report-lgbt-tourism>. Acesso em: jan. 2023.

VEAL, A. J. **Metodologia de Pesquisa em Lazer e Turismo**. 1. ed. São Paulo: Aleph, 2011.

VILLELA, F. G. **Manual de Direito do Trabalho**. Brazil: Elsevier Editora, 2010.

WALKOWSKI, M. da C.; PIRES, P. dos S.; LOPES, C. V.; ASSING, L. Food Memories in Community Based Tourism in the Acolhida na Colônia, Santa Catarina, Brazil. **Revista Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade**, v. 13, n. 1, p. 156–176, 9 jan. 2021. <https://doi.org/10.18226/21789061.v13i1p156>.

ZLATEVA, N.; IVANOV, S.; POPSHTEREV, B. The impacts of LGBT inclusion on business processes: The case of Bulgaria. **Journal of General Management**, v. 48, n. 1, p. 98–112, out. 2022. <https://doi.org/10.1177/03063070211063067>.

## APÊNDICES

UNIVERSIDADE FEDERAL DO  
PARANÁ - CIÊNCIAS  
HUMANAS E SOCIAIS



### PARECER CONSUBSTANCIADO DO CEP

#### DADOS DO PROJETO DE PESQUISA

**Título da Pesquisa:** INCLUSÃO DE PESSOAS LGBTI+ NO MERCADO DE TRABALHO TURÍSTICO

**Pesquisador:** Carlos Eduardo Silveira

**Área Temática:**

**Versão:** 1

**CAAE:** 70914023.2.0000.0214

**Instituição Proponente:** Universidade Federal do Paraná - Ciências Humanas e Sociais

**Patrocinador Principal:** Financiamento Próprio

#### DADOS DO PARECER

**Número do Parecer:** 6.204.979

#### Apresentação do Projeto:

O presente protocolo se refere a uma pesquisa qualitativa, a ser realizada com 12 participantes por meio de entrevistas em profundidade. A identificação dos participantes se dará por meio da rede social LinkedIn, onde trabalhadores de organizações do setor turístico com registro de apoio à comunidade LGBTQI+, serão convidados a conceder a entrevista.

A iniciativa se refere a uma dissertação de Mestrado do Programa de Pós-Graduação em Turismo.

#### Objetivo da Pesquisa:

Segundo dados inseridos na Plataforma Brasil:

"Objetivo Primário:

O objetivo geral desta pesquisa é analisar políticas de inclusão de empresas que se apresentam como apoiadoras de pessoas LGBTI+

Objetivo Secundário:

Para alcançar o objetivo geral proposto, os objetivos específicos são:

(I) Identificar empresas de turismo que se consideram como apoiadoras de pessoas LGBTI+;

**Endereço:** Rua General Carneiro, 460, Edifício D. Pedro I, 11º andar, sala 1121

**Bairro:** Centro

**CEP:** 80.060-150

**UF:** PR

**Município:** CURITIBA

**Telefone:** (41)3360-5094

**E-mail:** cep\_chs@ufpr.br

UNIVERSIDADE FEDERAL DO  
PARANÁ - CIÊNCIAS  
HUMANAS E SOCIAIS



Continuação do Parecer: 6.204.979

- (II) Caracterizar aspectos de uma organização inclusiva com pessoas LGBTI+;
- (III) Apresentar políticas internas de inclusão de pessoas LGBTI+ com funcionários destas empresas;
- (IV) Comparar políticas de inclusão destas empresas com relatos de funcionários LGBTI+ em relação ao ambiente de trabalho."

**Avaliação dos Riscos e Benefícios:**

Segundo dados inseridos na Plataforma Brasil:

"Riscos: A pesquisa trata da população LGBTI+, grupo que possui vulnerabilidade social, sendo assim, algumas perguntas relacionadas a situações de preconceito e/ou discriminação ocorrida em ambiente de trabalho diretamente relacionada a orientação sexual ou identidade de gênero dos entrevistados podem despertar lembranças de momentos traumáticos vivenciado por estas pessoas. Sendo assim esta pesquisa considera a possibilidade de desconforto, vergonha, quebra de sigilo, cansaço, aborrecimento, invasão de privacidade, de constrangimento diante de questões sensíveis, assim como a disponibilidade de tempo para responder adequadamente ao instrumento. Além disso, é importante estar ciente de que o processo de reflexão sobre assuntos como sexualidade, relacionamentos, trabalho e intimidade pessoal pode resultar em alterações de visão de mundo e comportamento. Dessa forma serão adotadas medidas minimizadoras para garantir a proteção dos participantes. O sigilo das respostas será preservado, assegurando que sejam confidenciais e usadas apenas para fins científicos. A coleta de dados ocorrerá em ambiente que proporcionará privacidade, com abordagem humanizada, escuta atenta e acolhimento dos participantes. Será respeitado o anonimato, sem identificação nominal no formulário ou banco de dados. Os participantes serão esclarecidos sobre o anonimato, com o sigilo dos dados sendo zelado, com a não publicação de nomes ou qualquer forma de identificação. Não serão utilizadas informações para prejudicar pessoas ou comunidades, assegurando a privacidade, a não estigmatização e a proteção da imagem. Serão fornecidas explicações necessárias e garantida a liberdade de não responder questões constrangedoras. A abordagem será cautelosa, respeitando valores, cultura e crenças. Não haverá interferência nos procedimentos habituais do local de estudo ou na vida dos participantes. O acesso ao conteúdo do instrumento de pesquisa será garantido antes de responder as perguntas, para uma decisão informada. As perguntas só serão

**Endereço:** Rua General Carneiro, 460, Edifício D. Pedro I, 11º andar, sala 1121  
**Bairro:** Centro **CEP:** 80.060-150  
**UF:** PR **Município:** CURITIBA  
**Telefone:** (41)3360-5094 **E-mail:** cep\_chs@ufpr.br

UNIVERSIDADE FEDERAL DO  
PARANÁ - CIÊNCIAS  
HUMANAS E SOCIAIS



Continuação do Parecer: 6.204.979

disponibilizadas após o consentimento do participante. Ao final da coleta de dados, os registros serão baixados para um dispositivo local, com exclusão de qualquer informação em plataformas virtuais ou compartilhadas. A entrevista poderá ser suspensa ou encerrada a qualquer momento que o entrevistado não quiser prosseguir, caso sinta algum desconforto em relação a alguma pergunta, sem prejuízo em relação a confidencialidade e proteção de suas informações serão garantidas. Além disso, os pesquisadores se colocam à disposição para sanar quaisquer dúvidas relacionadas ao acesso das plataformas digitais sobre as entrevistas online, para minimizar possíveis dificuldades de acesso como também a orientação para acolhimento e medidas em relacionadas a situações de preconceito e discriminação por orientação sexual ou identidade de gênero. Serão tomadas todas as medidas minimizadoras previstas nas Resoluções 466/2012 e 510/2016 do Conselho Nacional de Saúde.

**Benefícios:** Os benefícios esperados com essa pesquisa são entender a aplicação de políticas de inclusão de pessoas LGBTI+ no mercado de trabalho turístico como também orientação a gestores e proprietários que tem a pretensão de tornar suas empresas mais inclusivas e preparadas para lidar com situações de preconceito sofrido por seus/as funcionários/as de forma acolhedora. "

**Comentários e Considerações sobre a Pesquisa:**

A pesquisa é relevante do ponto de vista científico e social. Os potenciais benefícios da pesquisa são, em muito, superados pelos riscos identificados.

**Considerações sobre os Termos de apresentação obrigatória:**

Os termos de apresentação obrigatória constam do protocolo, conforme listagem agregada ao final do parecer e estão adequados.

**Recomendações:**

Não há

**Conclusões ou Pendências e Lista de Inadequações:**

Após análise e deliberações deste colegiado concluiu-se que, salvo melhor juízo, não há pendências ou inadequações no protocolo em tela.

**Considerações Finais a critério do CEP:**

01. Solicitamos que sejam apresentados a este CEP, RELATÓRIOS PARCIAIS semestrais (a cada seis meses a partir da data de aprovação), com o relato do andamento da pesquisa, via Plataforma Brasil, usando o recurso NOTIFICAÇÃO. Informações relativas às modificações do protocolo, como cancelamento, encerramento, alterações de cronograma ou orçamento, devem ser apresentadas no

**Endereço:** Rua General Carneiro, 460, Edifício D. Pedro I, 11º andar, sala 1121  
**Bairro:** Centro **CEP:** 80.060-150  
**UF:** PR **Município:** CURITIBA  
**Telefone:** (41)3360-5094 **E-mail:** cep\_chs@ufpr.br

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO  
PARANÁ - CIÊNCIAS  
HUMANAS E SOCIAIS**



Continuação do Parecer: 6.204.979

modo EMENDA. No encerramento da pesquisa deve ser submetido via NOTIFICAÇÃO da Plataforma Brasil o RELATÓRIO FINAL.

02 - Importante: (Caso se aplique): Pendências de Coparticipante devem ser respondidas pelo acesso do Pesquisador principal. Para projetos com coparticipante que também solicitam relatórios semestrais, estes relatórios devem ser enviados por Notificação, pelo login e senha do pesquisador principal no CAAE correspondente a este coparticipante, após o envio do relatório à instituição proponente.

03 - Favor inserir em seu TCLE e/ou TALE o número do CAAE e o número deste Parecer de aprovação, para que possa apresentar tais documentos aos participantes de sua pesquisa.

**Este parecer foi elaborado baseado nos documentos abaixo relacionados:**

Tipo Documento	Arquivo	Postagem	Autor	Situação
Outros	PB_atualizado.pdf	21/06/2023 16:37:54	FABIANY HELOIZA GONÇALVES	Aceito
TCLE / Termos de Assentimento / Justificativa de Ausência	TCLE_atualizado.pdf	21/06/2023 16:36:38	FABIANY HELOIZA GONÇALVES	Aceito
Informações Básicas do Projeto	PB_INFORMAÇÕES_BÁSICAS_DO_PROJETO_2164463.pdf	19/06/2023 14:49:40		Aceito
Projeto Detalhado / Brochura Investigador	Projeto_comite_de_etica_Lucas_atualizado.pdf	19/06/2023 14:48:22	Carlos Eduardo Silveira	Aceito
Folha de Rosto	folhaDeRosto_assinado.pdf	19/06/2023 13:42:55	Carlos Eduardo Silveira	Aceito
TCLE / Termos de Assentimento / Justificativa de Ausência	TCLE.pdf	19/06/2023 12:00:37	Carlos Eduardo Silveira	Aceito
Declaração de Instituição e Infraestrutura	Concordancia_dos_Servicos_Envolvidos.pdf	19/06/2023 12:00:17	Carlos Eduardo Silveira	Aceito
Declaração de concordância	ATA_COLEGIADO_Comite_de_etica.pdf	19/06/2023 11:59:54	Carlos Eduardo Silveira	Aceito
Outros	ROTEIRO_DE_ENTREVISTAS.pdf	19/06/2023 11:56:43	Carlos Eduardo Silveira	Aceito

**Situação do Parecer:**

Aprovado

**Endereço:** Rua General Carneiro, 460, Edifício D. Pedro I, 11º andar, sala 1121  
**Bairro:** Centro **Município:** CURITIBA **CEP:** 80.060-150  
**UF:** PR **E-mail:** cep\_chs@ufpr.br  
**Telefone:** (41)3360-5094

UNIVERSIDADE FEDERAL DO  
PARANÁ - CIÊNCIAS  
HUMANAS E SOCIAIS



Continuação do Parecer: 6.204.979

**Necessita Apreciação da CONEP:**

Não

CURITIBA, 27 de Julho de 2023

---

**Assinado por:**  
**Simone Cristina Ramos**  
**(Coordenador(a))**

**Endereço:** Rua General Carneiro, 460, Edifício D. Pedro I, 11º andar, sala 1121  
**Bairro:** Centro **CEP:** 80.060-150  
**UF:** PR **Município:** CURITIBA  
**Telefone:** (41)3360-5094 **E-mail:** cep\_chs@ufpr.br

## TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Título do Projeto: A inclusão de pessoas LGBTI+ no mercado de trabalho turístico

Pesquisador/a responsável: Prof. Dr. Carlos Eduardo Silveira

Pesquisador/a assistente: Lucas Lisboa Masiero

Local da Pesquisa: Departamento de Turismo, Setor de Ciências Humanas, Universidade Federal do Paraná, Curitiba - Paraná/Brasil

Endereço: Rua Rockefeller, 57, Rebouças - Curitiba/PR, 3o andar

Você está sendo convidado/a a participar de uma pesquisa. Este documento, chamado “Termo de Consentimento Livre e Esclarecido” visa assegurar seus direitos como participante da pesquisa. Por favor, leia com atenção e calma, aproveitando para tirar suas dúvidas. Se houver perguntas antes ou depois de assiná-lo, você poderá buscar orientação junto a equipe de pesquisadores. Você é livre para decidir participar e pode desistir a qualquer momento, sem que isto lhe traga prejuízo algum.

A pesquisa intitulada “A inclusão de pessoas LGBTI+ no mercado de trabalho turístico” tem como objetivo analisar políticas de inclusão de empresas que se apresentam como apoiadoras de pessoas LGBTI+. Esta pesquisa é importante pois visa apresentar as aplicações de políticas de inclusão das empresas de turismo com pessoas LGBTI+ e possibilitando sugestões de melhorias destas políticas para empresas e organizações vinculadas à atividade turística. O período da pesquisa é de 01/08/23 a 30/10/23.

Participando do estudo você está sendo convidado/a a: Participar de uma entrevista gravada em áudio para transcrição e aplicação no software Iramuteq de análise do discurso com finalidade exclusiva para este estudo.

Será necessário agendar um dia e horário para realizar uma entrevista com os pesquisadores a fim de contribuir para o desenvolvimento do estudo. A entrevista será feita de maneira on-line, conforme a preferência do entrevistado.

Para tanto, o entrevistado deverá receber o(s) pesquisador(s) no horário agendado, em uma conversa que levará de 30 minutos a uma hora.

### **Desconfortos e riscos:**

i) Desconfortos e riscos: Esta entrevista possui perguntas relacionadas a situações de preconceito e/ou discriminação ocorrida em ambiente de trabalho diretamente relacionada a orientação sexual ou identidade de gênero o que pode te despertar lembranças de momentos traumáticos. Assim, é considerada a possibilidade de desconforto, vergonha, quebra de sigilo, cansaço, aborrecimento, invasão de privacidade, de constrangimento diante de questões sensíveis. É solicitada a sua disponibilidade de tempo para responder adequadamente a entrevista. Além disso, assuntos como a sexualidade, relacionamentos, trabalho e intimidade pessoal podem resultar em alterações de visão de mundo e comportamento.;

ii) Providências e cautelas: Serão adotadas medidas minimizadoras para garantir a sua proteção. O sigilo das suas respostas serão preservadas, confidenciais e usadas apenas para fins científicos. Será respeitado o seu anonimato, sem identificação nominal no formulário ou banco de dados. Você terá esclarecimentos sobre o anonimato, com o sigilo dos dados sendo zelado, com a não publicação de nomes ou qualquer forma de identificação. Não serão utilizadas informações para prejudicar pessoas ou comunidades. Serão fornecidas explicações necessárias e garantida a liberdade de não responder questões constrangedoras. Não haverá interferência nos procedimentos habituais do seu local de estudo ou na sua vida. As perguntas só serão disponibilizadas após o seu consentimento. Ao final da coleta de dados, os registros serão baixados para um dispositivo local, com exclusão de qualquer informação em plataformas virtuais ou compartilhadas;

iii) Benefícios: Espera-se como benefícios com essa pesquisa entender a aplicação de políticas de inclusão de pessoas LGBTI+ no mercado de trabalho turístico como também orientação a gestores e proprietários que tem a pretensão de tornar suas empresas mais inclusivas e preparadas para lidar com situações de preconceito sofrido por seus/as funcionários/as de forma acolhedora.

Observação: Caso algum desses riscos efetivamente ocorra, você poderá interromper o processo a qualquer momento sem prejuízo, e a confidencialidade e proteção de suas informações serão garantidas. Além disso, os pesquisadores se colocam à disposição para sanar quaisquer dúvidas relacionadas ao acesso das plataformas digitais sobre as entrevistas online, para minimizar possíveis dificuldades de acesso como também a orientação para acolhimento e medidas em relacionadas a situações de preconceito e discriminação por orientação sexual ou identidade de gênero. Serão tomadas todas as medidas minimizadoras previstas nas Resoluções 466/2012 e 510/2016 do Conselho Nacional de Saúde

Os dados obtidos para este estudo serão utilizados unicamente para essa pesquisa e armazenados pelo período de cinco anos após o término da pesquisa, sob responsabilidade do (s) pesquisador (es) responsável (is) (Resol. 466/2012 e 510/2016).

Forma de armazenamento dos dados: Os dados obtidos a partir desta entrevista ficarão registrado em disco rígido de computador, sem disponibilidade em nuvem para que não tenha riscos de vazamento de informações.

**Sigilo e privacidade:** Você tem garantia de manutenção do sigilo e da sua privacidade durante todas as fases da pesquisa, exceto quando houver sua manifestação explícita em sentido contrário. Ou seja, seu nome nunca será citado, a não ser que você manifeste que abre mão do direito ao sigilo.

(  ) Permito a gravação de imagem, som de voz e/ou depoimentos unicamente para esta pesquisa e tenho ciência que a guarda dos dados são de responsabilidade do(s) pesquisador(es), que se compromete(m) em garantir o sigilo e privacidade dos dados.

(  ) Não permito a gravação de imagem, som de voz e/ou depoimentos para esta pesquisa.



**Ressarcimento e Indenização:** Os gastos relacionados ao plano de internet para realizar pesquisas bibliográficas, documentais e das entrevistas que serão realizadas virtualmente, tanto do entrevistador, quanto do entrevistado, que por ventura possam ser necessários também serão arcados pelos pesquisadores. Você terá a garantia ao direito à indenização diante de eventuais danos decorrentes da pesquisa.

Diante de eventual despesa, você será ressarcido pelo (s) pesquisador (es). Você terá a garantia ao direito à indenização diante de eventuais danos decorrentes da pesquisa.

**Resultados da pesquisa:** Você terá garantia de acesso aos resultados da pesquisa. Esta pesquisa resultará em uma dissertação de mestrado disponível na Biblioteca Digital da Universidade Federal do Paraná e também poderá ser enviada cópia online aos participantes via email.

**Contato:**

Em caso de dúvidas sobre a pesquisa, você poderá entrar em contato com o(s) pesquisador(es):

Pesquisador responsável: Prof. Dr. Carlos Eduardo Silveira e Lucas Lisboa Masiero

Endereço: Rua Rockefeller, 57, Rebouças - Curitiba/PR, 3o andar

Telefone ou whatsapp: (41) 99217-1700 | (41) 998715191 | (41) 35356281

E-mail: [caesilveira@gmail.com](mailto:caesilveira@gmail.com) | [lucas.lisboa.masiero@gmail.com](mailto:lucas.lisboa.masiero@gmail.com)

Em caso de denúncias ou reclamações sobre sua participação e sobre questões éticas do estudo, você poderá entrar em contato com a secretaria do Comitê de Ética em Pesquisa em Ciências Humanas e Sociais do Setor de Ciências Humanas (CEP/CHS) da Universidade Federal do Paraná, rua General Carneiro, 460 – Edifício D. Pedro I – 11º andar, sala 1121, Curitiba – Paraná, Telefone: (41) 3360 – 5094 ou pelo e-mail [cep\\_chs@ufpr.br](mailto:cep_chs@ufpr.br).

O Comitê de Ética em Pesquisa (CEP): O papel do CEP é avaliar e acompanhar os aspectos éticos de todas as pesquisas envolvendo seres humanos. A Comissão Nacional de Ética em Pesquisa (CONEP), tem por objetivo desenvolver a regulamentação sobre proteção dos seres humanos envolvidos nas pesquisas. Desempenha um papel coordenador da rede de Comitês de Ética em Pesquisa (CEPs) das instituições, além de assumir a função de órgão consultor na área de ética em pesquisas.

Você tem o direito de acessar este documento sempre que precisar Para garantir seu direito de acesso ao TCLE, este documento é elaborado em duas vias, assinadas e rubricadas pelo/a pesquisador/a e pelo/a participante/responsável legal, sendo que uma via deverá ficar com você e outra com o/a pesquisador/a.

Quando o TCLE for obtido por meio digital, não deve haver menção a duas vias, mas deve ser esclarecida a forma por meio da qual os participantes terão acesso ao TCLE, garantindo o seu direito ao livre acesso ao TCLE.

Esta pesquisa foi submetida ao Comitê de Ética em Pesquisa com seres humanos da UFPR sob o número CAAE nº 70914023.2.0000.0214 e aprovada com o Parecer número 6.204.979 emitido em 27 de Julho de 2023.

Consentimento livre e esclarecido:

Após ter lido este documento com informações sobre a pesquisa e não tendo dúvidas, informo que aceito participar.

Nome do/a participante da pesquisa:

---

(Assinatura do/a participante da pesquisa ou nome e assinatura do seu RESPONSÁVEL LEGAL)

Data: \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_.