

DIMENSÕES DA HOSPITALIDADE EM ESPAÇOS GASTRONÔMICOS LGBTQIA+ *FRIENDLY* EM PORTO ALEGRE (RS)

Dimensions of hospitality in LGBTQIA+ friendly gastronomic spaces in Porto Alegre (RS)

Filipe Arnoni¹ & Valeria Ferraz Severini²

RESUMO

Parte-se do pressuposto que a presença de empreendimentos gastronômicos LGBTQIA+ *friendly* contribui para a construção de uma cidade hospitaleira. O artigo tem como objetivo identificar e analisar as manifestações e dimensões da hospitalidade nesses estabelecimentos na cidade de Porto Alegre (RS), a partir da perspectiva de anfitriões e hóspedes. A metodologia é teórico-empírica, qualitativa e exploratória, incluindo revisão bibliográfica, dados geográficos e fotográficos, entrevistas, avaliações de usuários e observação participante. Os resultados indicam que as dimensões material, simbólica e social da hospitalidade são as mais relevantes para clientes e funcionários. Esses estabelecimentos oferecem atendimento acolhedor, ambiente diferenciado, segurança e liberdade de expressão, além de se envolverem em ações sociais LGBTQIA+.

PALAVRAS-CHAVE

Hospitalidade; Dimensões; Empreendimentos gastronômicos; LGBTQIA+; Porto Alegre.

ABSTRACT

This study is based on the assumption that the presence of LGBTQIA+-friendly gastronomic establishments contributes to the construction of a hospitable city. The article aims to identify and analyze the dimensions of hospitality manifested in LGBTQIA+-friendly dining establishments in the city of Porto Alegre (RS), from the perspective of both hosts and guests. The methodology is theoretical-empirical, qualitative, and exploratory, encompassing a literature review, geographic and photographic data, interviews, user reviews, and non-participant observation. The findings indicate that the material, symbolic, and social dimensions of hospitality (specifically within the spatial, territorial, symbolic, welcoming, commensality, sociability, and urbanity variables) are the most relevant for customers and staff. These

¹ **Filipe Arnoni** - Mestre em Hospitalidade. Universidade Anhembi Morumbi, São Paulo, São Paulo, Brasil. <http://lattes.cnpq.br/5988508041950208>. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0915-7592>. E-mail: filipearnoni@hotmail.com.

² **Valéria Ferraz Severini** - Pós-doutorado em Turismo pela EACH-USP. Universidade Anhembi Morumbi, São Paulo, São Paulo, Brasil. <http://lattes.cnpq.br/8891763912619998>. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2556-3806>. E-mail: valeria.severini@ulife.com.br.

establishments provide a welcoming service, a distinct atmosphere, safety, and freedom of expression, in addition to engaging in LGBTQIA+ social initiatives.

KEYWORDS

Hospitality; Dimensions; Gastronomic establishments; LGBTQIA+; Porto Alegre.

INTRODUÇÃO

Estudos sobre hospitalidade investigam interações anfitrião-hóspede em contextos específicos, emergindo como paradigma inovador nas ciências sociais ao explorar nexos socioespaciais (Camargo, 2004; 2015; Lashley, 2000, 2015; Severini & Panosso Netto, 2022). Na contemporaneidade, relações sociais marcadas por individualismo e fragmentação (Godbout, 1998; Grinover, 2009; Camargo, 2021) contrastam com o papel crucial de estabelecimentos gastronômicos urbanos como espaços de sociabilidade (Lugosi, 2007; 2009; 2014). Investigar esses locais sob a lente da hospitalidade torna-se essencial para compreender suas dinâmicas, especialmente no que concerne à diversidade sexual e acolhimento LGBTQIA+.

Embora pesquisas em diversas disciplinas tangenciem a Teoria Queer, observa-se uma lacuna na exploração do paradigma da hospitalidade nesse contexto. Partindo da premissa que empreendimentos gastronômicos LGBTQIA+ *friendly* fomentam a construção de cidades inclusivas e hospitaleiras, este artigo, derivado de pesquisa de mestrado, objetiva identificar e analisar as dimensões da hospitalidade manifestadas nesses espaços em Porto Alegre (RS), sob a perspectiva de anfitriões e hóspedes. Adotou-se uma abordagem exploratória e qualitativa, utilizando revisão bibliográfica e documental, dados geográficos e fotográficos, entrevistas, avaliações de usuários e observação participante.

O artigo discute inicialmente os fundamentos e dimensões da hospitalidade em espaços gastronômicos. Em seguida, examina a evolução dos movimentos sociais LGBTQIA+. Posteriormente, detalha a metodologia de coleta e análise de dados. Finalmente, apresenta e discute os resultados à luz do referencial teórico, incluindo análise documental e observações de campo dos espaços gastronômicos LGBTQIA+ *friendly* na cidade investigada.

A HOSPITALIDADE E OS ESPAÇOS GASTRONÔMICOS

A hospitalidade, compreendida como a interação humana mediada pela figura do anfitrião (Camargo, 2004; 2015), manifesta-se em diversas dimensões (Bastos & Rejowski, 2015), desde o ambiente físico e cultural até as esferas simbólicas e sociais. Historicamente, as práticas de hospitalidade contribuíram para construção dos modos de relação com o Outro, o estrangeiro, o diferente, por meio de criação de fronteiras, sejam geográficas ou simbólicas, que demarcam o espaço do acolhimento, definindo uma dialética entre o interno e o externo, o bem-vindo e o excluído (Montandon, 2011; Pitt-Rivers, 2012; Raffestin, 1993, 1997; Salles, Bueno & Bastos, 2010).

Nessa perspectiva, configura-se como elemento sintático da vida em sociedade, articulando familiaridade e alteridade (Raffestin, 1997), onde os papéis de anfitrião e hóspede, formados desde o momento de acolhida, são fluídos em diferentes contextos e espaços (Raffestin, 1997; Grassi, 2011), carregados de simbolismo e alteridade (Binet-Montandon, 2011; Baptista, 2017). Essas relações refletem, também, as dinâmicas de poder e de ocupação territorial, de espaços sociais, econômicos e políticos.

Embora existam debates sobre a autenticidade da hospitalidade em contextos comerciais (Gotman, 2009), autores como Telfer (2000), Lashley (2015) e Camargo (2021) defendem sua expressão genuína em tais espaços, transcendendo a lógica puramente econômica. Nos espaços gastronômicos, a dinâmica anfitrião-hóspede ultrapassa a oferta de alimentos e bebidas, englobando a criação de ambientes acolhedores e a formação de identidades (Bell, 2007; Lugosi, 2014). Logo, são espaços marcados pela variabilidade da hospitalidade e cocriação nessas relações, dependentes das regras estabelecidas pelos anfitriões e a interação com os hóspedes, em constante evolução (Lugosi, 2007, 2009, 2014).

Em especial, no contexto contemporâneo de ocupação das grandes e médias cidades, os espaços gastronômicos e de lazer traduzem importantes focos de sociabilidade e de identificação com o seu grupo, cultura e espaço, com destaque para as minorias sociais, deixando em segundo plano as relações de consumo. Dessa forma, Bell e Binnie (2013) sublinham a relevância de espaços seguros e acolhedores para a comunidade LGBTQIA+, promovendo inclusão e cidadania, por meio de espaços de pertencimento.

O DESENVOLVIMENTO DOS ESPAÇOS LGBTQIA+ *FRIENDLY*

A partir dos anos 2000, observa-se crescente visibilidade das diversas orientações sexuais e identidades de gênero, impulsionada pela exposição midiática, representatividade e consolidação de direitos. No contexto brasileiro, marcos legais incluem o reconhecimento da união homoafetiva, a possibilidade de adoção por casais LGBTQIA+, o direito ao nome social e à alteração do nome civil, a criminalização da homofobia e transfobia (equiparadas ao racismo), a permissão para doação de sangue por homossexuais e a implementação de políticas públicas de saúde e direitos humanos, a exemplo do programa Brasil sem Homofobia (Silva, 2018; Neves, 2020; CNJ, 2022).

Em contraste com esses avanços, o cenário político e social também reflete a ascensão de pautas conservadoras, manifestas no discurso contra a denominada "ideologia de gênero", o "kit gay", bem como em atos de intolerância, como o emblemático fechamento da exposição "Queer Museu" em Porto Alegre (Fachinni & Sivori, 2017; Silva, 2018; Giovanaz & Faria, 2022). Adicionalmente, dados indicam um aumento significativo na violência registrada contra a população LGBTQIA+ no Brasil em 2022, mesmo considerando a subnotificação inerente a essa problemática (Gonçalves et al., 2020; CNJ, 2022). Essas formas de discriminação manifestam-se desde microagressões até atos de violência física, impactando a vivência e a expressão da sexualidade em ambientes heteronormativos, fenômeno descrito como *passing* (Ro, 2023; Monterrubio & Caselin, 2023).

Nesse contexto ambivalente, emergem os espaços LGBTQIA+ *friendly*, uma evolução do conceito *gay-friendly*, designando locais, marcas e produtos que internalizam o respeito à diversidade, direcionando-se a todos os públicos e acolhendo especificamente indivíduos LGBTQIA+ (Carvalho et al., 2012). A característica central desses espaços reside na promoção de um ambiente de segurança e acolhimento para a livre expressão da sexualidade e afetos (Silva & Carvalho, 2020).

A identificação de espaços LGBTQIA+ *friendly*, similar à dificuldade de identificar o próprio público LGBTQIA+ (Guaracino & Salvato, 2017), demanda um convite autêntico e uma conexão genuína estabelecida por meio da ambientação ou da comunicação, notadamente nas plataformas digitais. O mercado voltado à comunidade LGBTQIA+, frequentemente denominado *pink money* (Baruffi et al., 2019), representa um segmento econômico em ascensão. O termo

abarca tanto o poder aquisitivo e os padrões de consumo da população LGBTQIA+ (Hughes, 2006) quanto o nicho de mercado explorado estrategicamente (Baruffi et al., 2019). Nesse sentido, o posicionamento de marcas e empresas no combate ao preconceito e na promoção de um acolhimento genuíno, aliado à implementação de políticas de inclusão e diversidade sexual e de gênero, configura-se como fator determinante nas escolhas de consumo dessa parcela da população (Ro & Olson, 2020; Ro & Khan, 2022; Ro, 2023).

Para o reconhecimento como espaços genuinamente LGBTQIA+ *friendly*, Silva e Carvalho (2020) enfatizam a necessidade de um engajamento abrangente, incluindo a contratação de profissionais LGBTQIA+, a implementação de programas de inclusão e o treinamento de equipes. Paralelamente, emergem demandas por empoderamento feminino e lésbico, bem como pelo reconhecimento das múltiplas formas de discriminação enfrentadas por pessoas LGBTQIA+ negras e pela inclusão e visibilidade de transexuais e travestis (Nghiem-Phú, 2018; Puccinelli & Reis, 2020; Guaracino & Salvato, 2017; Tressoldi, 2021).

METODOLOGIA

Fruto de uma pesquisa de mestrado, o objetivo deste artigo é identificar e examinar as perspectivas dos hóspedes e anfitriões de empreendimentos gastronômicos LGBTQIA+ *friendly* em Porto Alegre (RS). Tem-se como objetivos específicos mapear os empreendimentos gastronômicos LGBTQIA+ *friendly* na cidade de Porto Alegre (RS) e analisar as percepções e experiências dos anfitriões e hóspedes em relação à hospitalidade em estabelecimentos gastronômicos LGBTQIA+ *friendly*.

Fundamentado na teoria Queer, que se concentra na construção social da orientação sexual e da identidade de gênero, a pesquisa é qualitativa e exploratória (Creswell & Creswell, 2021). Para compreender as experiências da comunidade LGBTQIA+ em um contexto urbano, foram utilizados métodos como entrevistas, avaliações de usuários e observação participante (Creswell & Creswell, 2021; Gil, 2008).

Utilizando o “Mapa LGBTI+” da startup social Nohs Somos como fonte de identificação, os objetos de estudo foram os empreendimentos gastronômicos amigáveis à comunidade LGBTQIA+ em Porto Alegre (RS). Trata-se da única ferramenta online disponível com foco nessa comunidade, permitindo aos usuários classificar os estabelecimentos com base nas suas experiências. De modo semelhante a plataformas amplamente utilizadas em pesquisas

acadêmicas, como TripAdvisor e Google Reviews, os dados disponibilizados pela ferramenta possibilitam a análise das percepções e experiências dos usuários em relação aos estabelecimentos avaliados.

Após a coleta de dados, realizada em abril de 2023, foram identificados 24 estabelecimentos que foram considerados acolhedores para a comunidade LGBTQIA+. As avaliações dos usuários da plataforma foram coletadas manualmente, sendo incluídas as opiniões, experiências e percepções sobre a hospitalidade e inclusão LGBTQIA+ nesses espaços. Foram excluídas as avaliações identificadas como muito breves, spam, ofensivos ou com conteúdo não relacionadas à temática. A partir das 246 examinadas, 188 avaliações foram selecionadas para análise.

Os comentários (reviews) constituem uma forma de Conteúdo Gerado pelo Usuário (CGU), por meio da qual consumidores expressam suas percepções sobre produtos e serviços. Além de auxiliar organizações na avaliação de seus serviços, o CGU é amplamente utilizado em pesquisas acadêmicas devido ao seu potencial para revelar experiências, opiniões e padrões de comportamento dos usuários (Carvalho, Chemin & Valduga, 2021; Correa & Hansen, 2014).

Além disso, dentre os empreendimentos classificados na plataforma como amigáveis à comunidade LGBTQIA+, 12 foram selecionados aleatoriamente para participar de entrevistas semiestruturadas com as pessoas gestoras. Destes, 8 gestores se mostraram disponíveis. Essas entrevistas, que tinham uma duração média de 45 minutos, foram conduzidas tanto presencialmente quanto online entre maio e junho de 2023, e foram gravadas e transcritas com o auxílio do *software Transkriptor*. A Tabela 1 do estudo fornece uma caracterização detalhada das entrevistas.

Tabela 1. Caracterização das entrevistas (E)

E	Identidade de Gênero/ Orientação Sexual	Formação	Tipo de espaço	Cargo	Data	Duração
E1	Mulher cis lésbica	Superior completo	Bar	Sócia	09/06/2023	45 min
E2	Homem cis heterossexual	Superior completo	Bar	Sócio	12/06/2023	38 min
E3	Homem cis gay	Superior Completo	Confeitaria Café	Sócio	14/06/2023	30 min
E4	Homem cis gay	Superior Completo	Confeitaria Bar	Sócio	19/06/2023	30 min
E5	Mulher cis lésbica	Superior Completo	Pizzaria	Sócia	19/06/2023	46 min
E6	Homem cis gay	Superior Completo	Confeitaria Café	Sócio	15/06/2023	31 min
E7	Homem cis gay	Superior Completo	Confeitaria Café	Sócio	22/06/2023	40 min
E8	Homem cis gay	Superior Completo	Bar	Sócio	23/06/2023	36 min

Fonte: Autores, 2023.

7

O software MAXQDA 2022 foi usado para submeter transcrições das entrevistas e comentários de usuários à codificação e categorização de dados. A análise foi realizada usando a metodologia de análise de conteúdo descrita por Bardin (2006). As categorias de análise dos reviews e entrevistas foram estabelecidas a partir do referencial teórico, como também da pré-análise dos dados coletados e divididas em dois eixos temáticos principais, quais sejam: dimensões da hospitalidade – material: espaços e territorialidade; simbólica; social: acolhimento; comensalidade; sociabilidade e urbanidade; espaços LGBTQIA+ *friendly* – atendimento, produtos e serviços, segurança, diversidade e inclusão, espaço e público. A combinação dessas fontes de dados e análises permite uma compreensão mais abrangente do assunto (Creswell & Creswell, 2021; Gil, 2002).

Além disso, em junho de 2023, foram realizadas observações participantes moderada sob a perspectiva de cliente, permitindo compreender a hospitalidade a partir da experiência de hóspede nos estabelecimentos amigáveis e seu entorno, permitindo coletar aspectos tangíveis e subjetivos da hospitalidade e inclusão da comunidade LGBTQIA+. Como sugerido por Creswell e Creswell (2021) e Gil (2008), a análise dos dados coletados incluiu também uma análise crítica com comparações mútuas dos vários dados coletados.

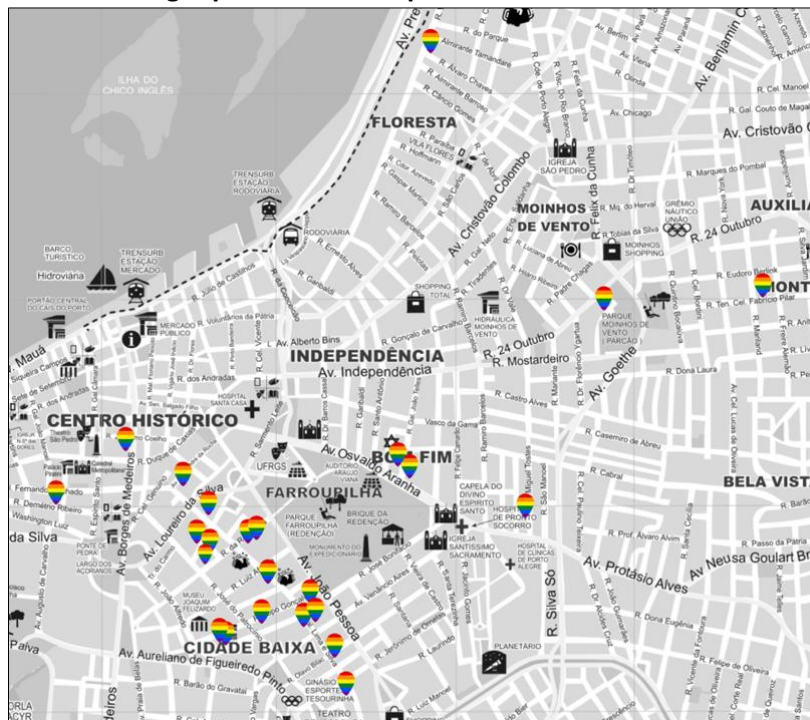
ÉTICA

Os dados utilizados da plataforma Nohs Somos são públicos e disponíveis *online*, tendo sido filtrados e anonimizados para utilização da pesquisa. Os entrevistados foram informados da gravação, sendo garantido o seu anonimato, assim como assinaram Termo de Consentimento Livre e Esclarecido para participação do estudo. A submissão do projeto a um Comitê de Ética em Pesquisa foi dispensada pela instituição de ensino de origem, em conformidade com suas diretrizes institucionais vigentes à época de seu desenvolvimento e defesa.

DISCUSSÃO E RESULTADOS

O mapeamento dos espaços gastronômicos classificados como amigáveis à comunidade LGBTQIA+ na plataforma online pelos usuários permitiu a identificação de uma concentração geográfica desses estabelecimentos nos bairros Cidade Baixa, Bom Fim e Centro Histórico, como demonstra a Figura 1. Esses bairros possuem uma identidade alternativa e boêmia, associada historicamente à diversidade e à juventude (Fonseca, 2006; Reis, 2013; Dalpian, 2017; Porto Alegre, 2015).

Figura 1. Mapa dos espaços gastronômicos classificados como LGBTQIA+ *friendly* em Porto Alegre por usuários da plataforma Nohs Somos



Fonte: Autores (2023), adaptado do Mapa Turístico de Porto Alegre (Porto Alegre, 2022).

A Cidade Baixa, também conhecida como o centro boêmio da cidade, oferece uma variedade de áreas de lazer públicas e privadas, incluindo parques, restaurantes, bares, lanchonetes e casas noturnas (Porto Alegre, 2020). Este bairro diversificado atrai pessoas que buscam um ambiente acolhedor e inclusivo com amplo espaço para entretenimento. Os gestores entrevistados destacaram a diversidade e a pluralidade, como segue: “um bairro mais boêmio, mais jovem, mais LGBT e com várias expressões culturais historicamente, então a gente meio que entrou nessa identidade” (E7).

De mesmo modo, o Bom Fim se destaca como uma área intrinsecamente ligada a um estilo de vida alternativo, que é frequentado por pensadores, músicos e artistas locais (Porto Alegre, 2020), o que é corroborado pela Entrevista 4, que a pessoa gestora firma: “próprio bairro em si é um bairro que a gente vê que ele que ele é bem diverso, né? Ele é mais propenso a receber bem esse tipo de bar e talvez em outros bairros não seria tão bem-vindo, né?”.

O patrimônio cultural de Porto Alegre é representado por uma variedade de espaços no Centro Histórico da cidade, incluindo a herança arquitetônica da cidade e as interações culturais que ocorrem em vários locais, como o Mercado Público e seus arredores, o corredor cultural da Rua dos Andradas, a Praça da Matriz, a Praça da Alfândega e o Cais do Porto (Porto Alegre, 2020). Como relatado pelo Entrevistado 2, o Centro Histórico é reconhecido pela diversidade e por ser um local associado aos movimentos sociais: “Ah, como nós estávamos lá (...) no Centro, não é? Lugar assim, perto da Esquina Democrática, onde Borges está, onde todos os movimentos sociais de esquerda passam [sic]”.

Como demonstrado pela fala da Entrevista 5, as áreas de Moinhos de Vento e Iguatemi, com seu perfil mais tradicional e maior poder aquisitivo, bem como o 4º Distrito, conhecido pelo circuito cervejeiro e sua recente revitalização, vêm ampliando a presença desses estabelecimentos: “...porque realmente um público mais conservador como do bairro Mont'Serrat é um público diferente do público que a gente tem na Cidade Baixa, por exemplo, até hoje, né?” (E5).

Embora a mudança nas barreiras socioespaciais ainda não tenha sido observada na geolocalização da pesquisa, ela oferece novas oportunidades para encontros, interações sociais e convivência. Bell e Binnie (2013) afirmam que os espaços queer destacam-se por promover um senso coletivo de pertencimento e conexão, bem como por fornecer um ambiente seguro onde as pessoas podem explorar e desfrutar de relações sociais e afetivas. Esses espaços

refletem a complexidade das interações sociais e espaciais que ocorrem nesses locais, contribuindo para a luta pelos direitos LGBTQIA+ (Costa & Pires, 2016).

A observação participante permitiu verificar os espaços gastronômicos como palco das mais diversas relações sociais entre os frequentadores, reuniões de trabalho, grupos familiares e de amigos, encontros de casais, comemorações de aniversários. As dimensões de sociabilidade e comensalidade podem ser identificadas, também, nos comentários de clientes: “Ótimo local para ir com amigos e namorado. Somos bem atendidos e podemos demonstrar nosso afeto sem medo. Como ficar de mãos dadas, beijar. E tem karaokê.”; “Local ótimo para encontrar os amigos e beber em segurança, ser livre para expressar sua subjetividade ☺”, dentre tantos outros. Da mesma forma, é visualizada em trecho da Entrevista 1:

Grupos familiares, vem o turista, vem aquele turismo empresarial, que veio trabalhar no dia semana em Porto Alegre e quer lugar gastronômico, quer um bar, quer experiência e vem aqui (...) nós temos vários recortes, algumas noites mais mulheres, outras noites mais homens, então nós temos vários recortes conforme geração (E1).

Essa diferença ressalta a importância da transformação dos espaços sociais LGBTQIA+ ao longo das últimas décadas, uma vez que isso implica na mudança de ambientes restritivos e segmentados, frequentemente conhecidos como "guetos", para locais acolhedores que celebram a diversidade de maneira inclusiva (Silva & Santos, 2015; Simões & França, 2005; Trevisan, 2000). Assim, nesses espaços, observa-se a promoção da segurança e do acolhimento para a livre expressão da sexualidade e da afetividade (Silva & Carvalho, 2020).

Segundo Chevalier e Gheerbrant (2017), a cidade é um espaço onde se manifestam símbolos que refletem a cultura e a história do lugar. Essa interligação se faz presente também nos espaços amigáveis para a população LGBTQIA+ nas cidades, que buscam não só acolher, mas também representar essa comunidade.

Para Vorobjovas-Pinta e Grimmer (2021) a comunicação desempenha um papel fundamental ao atrair clientes LGBTQIA+ e ao criar um ambiente inclusivo. Todavia, os gestores divergem parcialmente segundo a importância da utilização de símbolos que identifiquem seus espaços, como bandeiras, adesivos e objetos de decoração na ambientação, enquanto alguns consideram muito relevante para a comunicação do espaço com os hóspedes/clientes, tal como

(...) o segundo passo é trazer links que deixam a pessoa confortável né? Links eu digo na parte de decoração, trazer coisas que a pessoa se identifique, né? Com alguns acessórios,

alguma coisa que traz a ideia do local... Bastante com a simbologia (...) é bem importante porque a gente precisa fazer, a gente precisa trazer isso, e ser cada vez mais natural. (E3).

Outros consideram como relativa, pois depende do contexto em que a empresa está estabelecida, valorizando outras formas de sinalizar aos públicos o acolhimento, como através da diversidade e inclusão na equipe, como demonstram os trechos selecionados:

Brincávamos inclusive que até pouco tempo nós não tínhamos nenhuma bandeira na casa, não por falta de militância, muito pelo contrário, porque a nossa militância é diária, mas porque nem percebíamos que o símbolo precisava dessa relevância aqui, porque para nós é um exercício natural. Não fazia falta um símbolo (E1).

Destaca-se que a hospitalidade, a simbologia e a urbanidade são conceitos que devem ser aplicados de forma consciente e crítica, buscando sempre a inclusão e o respeito à diversidade cultural e social presente em nossas cidades. Da mesma forma, a segurança, possibilitando a livre expressão da sexualidade, identidade e gênero e manifestação do afeto, configura uma das principais características dos espaços LGBTQIA+, e diz respeito ao ambiente formado pelos aspectos físicos, pelo atendimento, como também pelos demais frequentadores. Ro (2023) identificou em seus estudos que clientes gays, lésbicas e bissexuais que eram mais propensos a experimentar discriminação e microagressões nas interações com os serviços.

Os clientes percebem e valoram a segurança e o público frequentador desses espaços da seguinte forma: “Ótimo local para curtir livreeeee de preconceitos”; “Lugar que pode ser tu mesmo”; “Um ambiente agradável e muito seguro! As bebidas são um luxo, drags maravilhosas e o dono é um querido!”. Em sentido semelhante, a promoção de espaços seguros está entre as preocupações dos anfitriões dos espaços amigáveis à comunidade LGBTQIA+, como pode-se inferir do trecho selecionado:

As pessoas que vêm aqui, elas precisam saber que o amor e a demonstração de carinho tem e será respeitada. A questão da segurança é muito importante. Muito importante, as pessoas precisam se sentir seguras, “eu estarei aqui, eu serei bem atendido, eu serei bem recepcionado, eu terei a boa bebida, eu terei uma boa comida e não estarei em perigo” (E1).

Figura 2. Ambientações dos espaços amigáveis de Porto Alegre



Fonte: Autores, 2023.

A observação participante nos espaços gastronômicos selecionados possibilitou a análise de aspectos tangíveis e intangíveis desses lugares, incluindo a ambientação. Nos ambientes construídos nesses espaços foi possível constatar a criação de uma atmosfera acolhedora, por mais que diversa, onde, em alguns espaços, são valorizados o senso estético, o design e a decoração, em outros um aspecto mais urbano, underground, são caracterizados.

Esses aspectos também são valorizados pelos clientes, como demonstram os comentários: “O lugar é lindo, o banheiro é perfeito e os drinks são maravilhosos [sic]”; “Cafeteria mais bonita de Porto Alegre, funcionários simpáticos e cardápio maravilhoso. Ambiente bem acolhedor”; “Decoração temática, apresentações de drags incríveis e atendimento amigável! O tipo de lugar agradável para se frequentar”.

A acolhida das pessoas LGBTQIA+ em espaços gastronômicos amigáveis se dá através das boas vindas, do poder de um convite genuíno e sincero (Guaracino & Salvato, 2017; Silva & Carvalho, 2020). Mas não importa somente em uma exploração econômica de um segmento crescente, os autores destacam a importância não só da comunicação com o público LGBTQIA+, da mesma forma, deve haver um engajamento com as pautas dos movimentos, por meio da capacitação da equipe, contratação e inclusão de pessoas LGBTQIA+, políticas de combate à discriminação, e engajamento em projetos sociais (Guaracino & Salvato, 2017; Silva & Carvalho, 2020), em consonância com o observado pelos gestores anteriormente.

Essas perspectivas também são apreciadas por hóspedes em seus comentários e anfitriões nas entrevistas, dos quais destacam-se os trechos sobre a diversidade e inclusão na equipe, onde os

hóspedes destacam “A Casa contrata e apoia a diversidade”; “Espaço com bastante diversidade e bem acolhedor”; “Bar super acolhedor, ‘transaliade’ (vejo muitas manas e manos trans na equipe), atendimento de qualidade, bebidas e comidas muito boas”; “Local engajado no respeito à diversidade, com importante contribuição no reconhecimento e na difusão da cultura LGBTI+ na cidade. Ambiente acolhedor, cardápio atraente, equipe querida, apresentações deslumbrantes... Um espaço único!”.

A configuração diversa das equipes também foi identificada na pesquisa de campo para observação participante. Além disso, a busca por uma equipe que represente diversidade também faz parte do discurso dos anfitriões desses espaços: “(..)tu ter um quadro de funcionários diversos, que pra nós é muito mais importante do que uma bandeira, do que um quadrinho na parede (...)” (E5).

Essas questões trazem conjuntamente reflexões sobre as interseccionalidades existentes nas experiências das pessoas LGBTQIA+ nesses espaços, em razão da maior ou menor visibilidade e marginalização no caso de pessoas trans, como em relação à cor, peso, classe social, pessoas com deficiência e etc. (Facchini, 2020; Kotlinski, 2021). Isso reflete tanto nos trechos apresentados anteriormente, tanto das entrevistas, como nas avaliações de hóspedes, que ainda seguem: “Pouquíssima gente preta, de resto ok”; “Lugar perfeito que emprega várias pessoas trans. Super indico”. Os gestores também demonstraram preocupação com a temática, como no trecho que segue:

Que essa diversidade ela também se reflita nos produtos, nas escolhas que a gente faz, que as vezes podem ser pequenas, mas que pra nós tem um significado. Se uma pessoa percebeu isso, “ah eles tiveram esse cuidado e tal”, pra nós já é gratificante. (E8)

Grinover (2013) aborda a relação entre hospitalidade, qualidade de vida, cidadania e urbanidade, destacando que a hospitalidade é uma característica fundamental para a construção de uma cidade mais humana e acolhedora. Segundo o autor, “a urbanidade se manifesta através de gestos, comportamentos e práticas que buscam tornar o espaço urbano mais amigável e acolhedor para todos os seus habitantes” (Grinover, 2013, p. 18).

Por conseguinte, relaciona-se ao entendimento de Guaracino e Salvato (2017) sobre a importância da participação das empresas nos movimentos sociais e ações sociais com ligação ao movimento LGBTQIA+, em especial a Parada Livre, onde estão representadas as divulgações,

no perfil de Instagram oficial da Parada Livre de Porto Alegre, de bebidas e pratos com intuito de arrecadar fundos para o evento em 2021 e 2022.

No mesmo sentido são as posições dos gestores entrevistados, como se observa em:

É eu entendo que é muito essencial. Eu costumo ter uma relação bem próxima assim com ONGs voltadas pra comunidade LGBTQIA+, eu procuro me articular com projetos. A Parada por ser um evento que tem tudo a ver com os bares, a gente procura estar sempre presente, até que questões políticas. (E8).

Vorobjovas-Pinta e Grimmer (2021) entendem a certificação como um exemplo de como a comunicação pode ser eficaz para transmitir a mensagem de que um espaço é acolhedor para a comunidade LGBTQIA+. Os autores destacam que os programas de certificação devem ajudar as empresas a se tornarem mais acolhedoras para clientes da comunidade, devendo cumprir uma série de critérios, incluindo uma política clara de não discriminação, treinamento de funcionários e uso de linguagem e imagens amigáveis à população LGBTQIA+ nos materiais de marketing.

CONCLUSÃO

Os resultados apresentados reforçam que os estabelecimentos gastronômicos que são acolhedores para a comunidade LGBTQIA+ em Porto Alegre são influenciados pelas diversas dimensões da hospitalidade. Os espaços caracterizam-se pela concentração geográfica, ademais servem como locais propícios para o compartilhamento de refeições e bebidas, bem como para uma variedade de interações sociais, como reuniões de trabalho, familiares, entre amigos, comemorações, entre casais ou para conhecer novas pessoas.

Observou-se que expressões de apoio e acolhimento, por meios simbólicos como bandeiras expostas nas janelas, adesivos nas portas de estabelecimentos comerciais e outdoors de apoio, contribuem para a sensação de pertencimento e ajudam na sociabilidade. Já a oferta de espaços privados de uso público é essencial para a sensação de bem-estar e acolhimento à comunidade LGBTQIA+, pois nesses locais as pessoas se sentem mais à vontade e seguras para expressão livre da personalidade, de afetos, da sua sexualidade e identidade de gênero, caracterizando esses lugares de hospitalidade.

Nesses locais, as pessoas experimentam uma maior sensação de conforto e segurança, o que lhes permite expressar livremente sua personalidade, afetos, sexualidade e identidade de gênero. Esses espaços refletem os princípios da hospitalidade, servindo como ambientes

acolhedores. Eles desempenham um papel crucial como marcadores de identidade, inclusão e resistência, especialmente em uma sociedade ainda permeada por heteronormatividade, machismo e homofobia.

Foram identificadas algumas limitações no estudo, principalmente relacionadas à falta de documentos específicos para a identificação e divulgação dos espaços gastronômicos LGBTQIA+ em Porto Alegre. Isso aponta para a necessidade de uma expansão e aprofundamento no processo de localização e mapeamento desses locais. Além disso, houve dificuldades na definição de critérios objetivos para identificar estabelecimentos LGBTQIA+ *friendly*. Para futuras investigações, é recomendável a formulação de critérios destinados a delinear e mapear esses espaços nas áreas metropolitanas, bem como fornecer recomendações e diretrizes para orientar esses estabelecimentos a promover a capacitação das equipes de atendimento, políticas de diversidade e inclusão, e a divulgação desses espaços. Tais medidas podem contribuir para a qualificação desses estabelecimentos e fortalecer sua atuação junto à comunidade LGBTQIA+.

REFERÊNCIAS

- Baptista, I. (2017). Entre hospitalidade antiga e moderna: Lugares de experiência e criação. In L. B. Brusadin (Org.), *Hospitalidade e dádiva: A alma dos lugares e a cultura do acolhimento* (pp. 141–153). Editora Prismas.
- Bardin, L. (2006). *Análise de conteúdo* (L. de A. Rego & A. Pinheiro, Trans.). Lisboa: Edições 70. (Obra original publicada em 1977)
- Baruffi, E. da S., et al. (2019). Pink money: Compromisso ou oportunismo? In M. R. Hamel (Org.), *Temas contemporâneos do direito* (pp. 33–48). Editora Fi.
- Bastos, S., & Rejowski, M. (2015). Pesquisa científica em hospitalidade: Desafios em busca de uma configuração teórica. *Revista Hospitalidade*, 12(número especial), 132–159.
- Bell, D. (2007). The hospitable city: Social relations in commercial spaces. *Progress in Human Geography*, 31(1), 7–22.
- Bell, D., & Binnie, J. (2013). Authenticating queer space: Citizenship, urbanism and governance. In D. Bell & J. Binnie, *Cities of pleasure: Sex and the urban socialscape* (pp. 177–190). Routledge.

- Binet-Montandon, C. (2011). Acolhida: Uma construção do vínculo social. In A. Montandon (Org.), *O livro da hospitalidade: Acolhida do estrangeiro na história e nas culturas* (pp. 1171–1184). Editora Senac.
- Camargo L. O. de L. (2004). *Hospitalidade*. Aleph.
- Camargo, L. O. de L. (2015). Os interstícios da hospitalidade. *Revista Hospitalidade*, 12(3), 42–69.
- Camargo, L. O. de L. (2021). As leis da hospitalidade. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 15(2), e-2112.
- Carvalho, I. de S., Chemin, M., & Valduga, V. (2021). Comida boa, lugar bonito: a dimensão estética de restaurantes em destinos turísticos. *Revista Hospitalidade*, 18(02), 75–97.
- Carvalho, M. N. A., Auzier, M. B., Godoy, S. C. de, & Salles, M. do R. R. (2012). Hotelaria e mercado GLS: Perfil de mercado e posicionamento hoteleiro nas regiões Centro e Jardins da cidade de São Paulo. *TURYDES: Revista sobre Turismo y Desarrollo Local*, 5(12).
- Chevalier, J., & Gheerbrant, A. (2017). *Dicionário de símbolos: Mitos, sonhos, costumes, gestos, formas, figuras, cores, números (30ª ed., V. da C. e Silva, R. Melim & A. Stabel, Trads.)*. José Olympio.
- Conselho Nacional de Justiça. (2022). *Discriminação e violência contra a população LGBTQIA+*: Relatório da pesquisa. Conselho Nacional de Justiça. [Link](#)
- Corrêa, C., & Hansen, D. R. (2015). Qualidade de serviços em restaurantes de São Paulo premiados pelo TripAdvisor: análise do conteúdo gerado pelo usuário. *Revista Hospitalidade*, 271–290.
- Costa, P., & Pires, P. (2016). Between “ghettos”, “safe spaces” and “gaytrification”: Exploring the specificities of LGBT neighbourhoods in Southern Europe. *Cidades, Comunidades e Territórios*, 33, 86–95.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2021). *Projeto de pesquisa: Métodos qualitativo, quantitativo e misto (5ª ed., S. M. Rosa, Trad.)*. Penso. (Obra original publicada em 2018).
- Dalpian, P. R. C. (2017). *Of things and sexuality: A study about gayscapes* (Tese de doutorado, Universidade Federal do Rio Grande do Sul). Lume – Repositório Digital da UFRGS.
- Facchini, R. (2018, 25 de junho). *Direitos humanos e diversidade sexual e de gênero no Brasil: Avanços e desafios*. *Jornal da Unicamp*. [Link](#)
- Facchini, R. (2020). De homossexuais a LGBTQIAP+: sujeitos políticos, saberes, mudanças e enquadramentos. In R. Facchini & I. L. França (Eds.), *Direitos em disputa: LGBTI+, poder e diferença no Brasil contemporâneo* (pp. 31–69). Editora da Unicamp.

- Facchini, R., & Sívori, H. (2017). Conservadorismo, direitos, moralidades e violência: Situando um conjunto de reflexões a partir da Antropologia. *Cadernos Pagu*, 50, e175000.
- Fonseca, L. M. (2006). *Dois rumos na noite de Porto Alegre: Dinâmica socioespacial e lazer noturno nos bairros Cidade Baixa e Moinhos de Vento* (Dissertação de mestrado, Universidade Federal do Rio Grande do Sul). Repositório LUME UFRGS.
- Gil, A. C. (2002). *Como elaborar projetos de pesquisa* (4ª ed.). Atlas.
- Gil, A. C. (2008). *Métodos e técnicas de pesquisa social* (7ª ed.). Atlas.
- Giovanaz, M., & Faria, A. C. G. de. (2022). Nega Lú: um frenesi na maldita Porto Alegre. *Museologia & Interdisciplinaridade*, 11(21), 92–109.
- Godbout, J. (1998). Introdução à dádiva. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, 13(38), 39–52.
- Gonçalves, A.C. et al. A violência LGBTQI+ no Brasil. São Paulo: FGV, 2020. Disponível em: [Link](#). Acesso em: 8 maio 2021.
- Gotman, A. (2009). O comércio da hospitalidade é possível?. *Revista Hospitalidade*, 6(2), 3–27. [Link](#)
- Grassi, M. C. (2011). Transpor a soleira. In A. Montandon (Org.), *O livro da hospitalidade: Acolhida do estrangeiro na história e nas culturas* (pp. 45–53). Editora Senac.
- Grinover, L. (2009). A hospitalidade na perspectiva do espaço urbano. *Revista Hospitalidade*, 6(1), 4–16.
- Grinover, L. (2013). Hospitalidade, qualidade de vida, cidadania, urbanidade: novas e velhas categorias para a compreensão da hospitalidade urbana. *RITUR-Revista Iberoamericana de Turismo*, 3(1), 16–24.
- Guaracino, J., & Salvato, E. (2017). *Handbook of LGBT tourism and hospitality: A guide for business practice*. Harrington Park Press.
- Hughes, H. L. (2006). *Pink tourism: Holidays of gay men and lesbians*. CABI.
- Kotlinski, K. (2021). *Diversidade sexual: Uma breve introdução*. Coleção Quebrando Tabus LGBTQIA+.
- Lashley, C. (2000). In search of hospitality: Towards a theoretical framework. *International Journal of Hospitality Management*, 19(1), 3–15.
- Lashley, C. (2015). Hospitalidade e hospitabilidade. *Revista Hospitalidade*, 12 (número especial), 70–92.
- Lugosi, P. (2007). Queer consumption and commercial hospitality: Communitas, myths and the production of liminoid space. *International Journal of Sociology and Social Policy*, 27(3/4), 163–174.

- Lugosi, P. (2009). The production of hospitable space: Commercial propositions and consumer co-creation in a bar operation. *Space and Culture*, 12(4), 396–411.
- Lugosi, P. (2014). Mobilising identity and culture in experience co-creation and venue operation. *Tourism Management*, 40, 165–179.
- Montandon, A. (2011). *O livro da Hospitalidade: acolhida do estrangeiro na história e nas culturas*. Editora Senac.
- Monterrubio, C., & Caselin, C. (2023). Gay men’s experiences of prejudiced attitudes and discrimination in tourism. In S. L. Slocum (Ed.), *Inclusion in tourism: Understanding institutional discrimination and bias* (pp. 129–143). Routledge.
- Neves, C. S. B. (2020). *Do descanso ao sexo: Um estudo das práticas hedonistas de lazer e prazer dos turistas gays* (Dissertação de mestrado, Universidade Federal do Paraná). LUME – Repositório Digital da UFPR.
- Nghiêm-Phú, B. (2018). Comment and comment response strategies: An analysis of gay hotel guests’ comments and managers’ responses. *Tourism and Hospitality Management*, 24(1), 133–149.
- Pitt-Rivers, J. (2012). The law of hospitality. *HAU: journal of ethnographic theory*, 2(1), 501–517.
- Prefeitura Municipal de Porto Alegre. (2015). *Cartilha do Programa Porto Alegre LGBT*. Secretaria Municipal de Turismo.
- Porto Alegre. (2020). *Plano Estratégico do Turismo de Porto Alegre 2020-2026*. Secretaria Municipal de Turismo.
- Puccinelli, B., & Reis, R. P. dos. (2020). “Periferias” móveis: (homo)sexualidades, mobilidades e produção de diferença na cidade de São Paulo. *Cadernos Pagu*, (58), e205806.
- Raffestin, C. (1993). *Do Poder, por uma geografia*. Ática.
- Raffestin, C. (1997). Réinventer l’hospitalité. *Communications*, 65, 165–177.
- Reis, V. (2013). *Do Bom Fim à Cidade Baixa: O uso dos espaços de lazer noturno (1964–2006)* (Dissertação de mestrado, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul).
- Ro, H. (2023). Sexual orientation identity matters: Lesbian, Gay, and Bi-sexual customers’ perceptions of service encounters. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 32(1), 75–94.
- Ro, H., & Khan, M. (2022). The impact of LGBT friendliness on sexual minority customers’ perceptions and intentions to stay. *International Journal of Hospitality Management*, 102, 103181

- Ro, H., & Olson, E. D. (2020). Gay and lesbian customers' perceived discrimination and identity management. *International Journal of Hospitality Management* 84, 102319.
- Salles, M. D. R. R., Bueno, M. S., & Bastos, S. (2010). Desafios da pesquisa em hospitalidade. *Revista Hospitalidade*, 7(1), 3–14.
- Severini, V. F., & Panosso Netto, A. (2022). Dádiva, cidadania e políticas públicas: aspectos essenciais para a consolidação da hospitalidade urbana. *Rosa dos Ventos*, 14(2), 522–544.
- Silva, B. J. C., & Carvalho, K. D. (2020). Turismo, Movimento LGBTQIA+ e Hospitalidade Urbana: um olhar crítico acerca dos espaços gay-friendly. *Fórum Internacional de Turismo do Iguassu*, 14,1–16. [Link](#).
- Silva, A. L., & Santos, S. M. M. (2015). O sol não nasce para todos: Uma análise do direito à cidade para os segmentos LGBT. *SER Social*, 17(37), 498–516.
- Silva, O. S. G. D. (2018). *Judicialização da política e backlash legislativo no Brasil: uma análise do reconhecimento judicial da união homoafetiva (2011–2018)* (Dissertação de mestrado, Universidade Federal de Pelotas). Repositório Institucional da Universidade Federal de Pelotas.
- Simões, J. A., & França, I. L. (2005). Do “gueto” ao mercado. In J. N. Green & R. Trindade (Orgs.), *Homossexualismo em São Paulo e outros escritos* (pp. 309–336). Editora UNESP.
- Telfer, E. (2000). The philosophy of hospitableness. In C. Lashley & A. Morrison (Eds.), *In search of hospitality: Theoretical perspectives and debates* (pp. 38–55). Butterworth-Heinemann
- Trevisan, J. S. (2000). *Devassos no paraíso: A homossexualidade no Brasil, da colônia à atualidade* (3. ed. rev. e ampl.). Record.
- Tressoldi, C. (2021). *Entre o genuíno e o mercadológico: percepções de gays sobre estratégias de marketing em relação à causa LGBTQIA+* (Dissertação de mestrado, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul).
- Vorobjovas-Pinta, O., & Grimmer, L. (2021). Marketing and communicating gay-friendly hospitality spaces: The case of Rainbow Tasmania tourism accreditation. In O. Vorobjovas-Pinta (Ed.), *Gay tourism: New perspectives* (pp. 171–184). Channel View Publications.