

Turismo, Lazer e Negócios

Giovanna Tavares
(Organizadora)

Atena
Editora

Ano 2019

GiovannaTavares
(Organizadora)

Turismo, Lazer e Negócios

Atena Editora
2019

2019 by Atena Editora

Copyright © da Atena Editora

Editora Chefe: Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira

Diagramação e Edição de Arte: Lorena Prestes

Revisão: Os autores

Conselho Editorial

- Prof. Dr. Alan Mario Zuffo – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Álvaro Augusto de Borba Barreto – Universidade Federal de Pelotas
Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília
Profª Drª Cristina Gaio – Universidade de Lisboa
Prof. Dr. Constantino Ribeiro de Oliveira Junior – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Daiane Garabeli Trojan – Universidade Norte do Paraná
Prof. Dr. Darllan Collins da Cunha e Silva – Universidade Estadual Paulista
Profª Drª Deusilene Souza Vieira Dall’Acqua – Universidade Federal de Rondônia
Prof. Dr. Eloi Rufato Junior – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Fábio Steiner – Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Gianfábio Pimentel Franco – Universidade Federal de Santa Maria
Prof. Dr. Gilmei Fleck – Universidade Estadual do Oeste do Paraná
Profª Drª Girlene Santos de Souza – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
Profª Drª Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionele delle Figlie de Maria Ausiliatrice
Profª Drª Juliane Sant’Ana Bento – Universidade Federal do Rio Grande do Sul
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense
Prof. Dr. Jorge González Aguilera – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Profª Drª Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Profª Drª Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Raissa Rachel Salustriano da Silva Matos – Universidade Federal do Maranhão
Prof. Dr. Ronilson Freitas de Souza – Universidade do Estado do Pará
Prof. Dr. Takeshy Tachizawa – Faculdade de Campo Limpo Paulista
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Prof. Dr. Valdemar Antonio Paffaro Junior – Universidade Federal de Alfenas
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande
Profª Drª Vanessa Lima Gonçalves – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) (eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)

T938 Turismo, lazer e negócios [recurso eletrônico] / Organizadora
Giovanna Tavares. – Ponta Grossa (PR): Atena Editora, 2019.

Formato: PDF

Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader

Modo de acesso: World Wide Web

Inclui bibliografia

ISBN 978-85-7247-317-0

DOI 10.22533/at.ed.170190805

1. Turismo. I. Tavares, Giovanna.

CDD 380.14591

Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422

DOI O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores.

2019

Permitido o download da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

www.atenaeditora.com.br

APRESENTAÇÃO

Este livro composto de uma série de artigos com foco em temáticas diversas reforçam o caráter multi, trans e interdisciplinar da atividade do Turismo. O turismo vem se transformando e a gestão estratégica desses empreendimentos turísticos, de lazer é de negócios requer cada vez mais ações diferenciadas e ações que se identifiquem com o ramo da atividade. Compreender, desenvolver e gerir um negócio exige múltiplos conhecimentos e tomadas de decisões para o desenvolvimento, crescimento e manutenção do mesmo. É notória a concorrência mundial promovida pela globalização, exigindo das organizações atitudes mais competitivas, cuja oferta de produtos e serviços norteiam-se pelas premissas da qualidade, atendimento e preço. O negócio “turismo” tem estimulado a ampliação das perspectivas de visão dos diferenciais turísticos na biodiversidade, na reinterpretação e ressignificação do patrimônio e estratégia empresarial, na busca da excelência de qualidade e competitividade do produto turístico nos segmentos de mercado, percebendo a necessidade da formulação, reformulação e adoção estratégica do desenvolvimento regional para o planejamento integrado e sustentável do Turismo e do lazer. Sendo assim ampliar a capacidade de aplicar a tecnologia de gestão estratégica nas organizações turísticas, levando em conta as suas peculiaridades e as consequências das ações gerenciais na sociedade mobilizando os recursos se faz necessário para atingir os objetivos a longo prazo. O resultado das pesquisas aqui apresentadas tem como objetivo principal avaliar as consequências econômicas, sociais e éticas das decisões administrativas no macro ambiente dos negócios e compreender as diversas dimensões entre as relações do turismo, lazer, espaço, planejamento e sustentabilidade, em suas diversas facetas.

Giovanna Tavares

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1	1
AGROECOLOGIA: PROPOSTA À CHÁCARA BOCAIÚVA	
Talita da Costa Papas	
Elisa Luzia Costa de Santana Nascimento	
DOI 10.22533/at.ed.1701908051	
CAPÍTULO 2	12
A HOSPITALIDADE E SEUS FATORES DE COMPETITIVIDADE EM AGÊNCIAS DE VIAGENS DE PALMAS – TO	
Geruza Aline Erig	
Maria Elenita Menezes Nascimento	
DOI 10.22533/at.ed.1701908052	
CAPÍTULO 3	28
A PROSTITUIÇÃO MASCULINA NO CONTEXTO DO TURISMO DE LAZER	
Christopher Smith Bignardi Neves	
Luiz Ernesto Brambatti	
DOI 10.22533/at.ed.1701908053	
CAPÍTULO 4	44
A TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO COMO FERRAMENTA PARA O TURISMO DE BASE COMUNITÁRIA: AIRBNB EXPERIENCE E O TURISMO LGBT	
Christopher Smith Bignardi Neves	
Isabele de Souza Carvalho	
DOI 10.22533/at.ed.1701908054	
CAPÍTULO 5	57
A TRAJETÓRIA HISTÓRICA DA INSTITUCIONALIZAÇÃO DO TURISMO NO BRASIL	
Christiano Henrique da Silva Maranhão	
DOI 10.22533/at.ed.1701908055	
CAPÍTULO 6	77
A “TURISTIFICAÇÃO” DE UM LUGAR DE MEMÓRIA É POSSÍVEL? UM ESTUDO SOBRE O SÍTIO ARQUEOLÓGICO DO CAIS DO VALONGO (RIO DE JANEIRO, BRASIL)	
Angela Teberga de Paula	
Vania Beatriz Merlotti Herédia	
DOI 10.22533/at.ed.1701908056	
CAPÍTULO 7	100
A TRANSVERSALIDADE DO SABER: O CONCEITO DE LUGAR E A SOCIOLOGIA DO TURISMO	
Hélio Fernando Lôbo Nogueira da Gama	
DOI 10.22533/at.ed.1701908057	
CAPÍTULO 8	106
CONTROLE DO ESPAÇO URBANO E O TERRITÓRIO COMO PRODUTO TURÍSTICO: REFLEXÃO TEÓRICA SOBRE A SEGREGAÇÃO IMPOSTA À POPULAÇÃO EM SITUAÇÃO DE RUA NO CONTEXTO DE MEGAEVENTOS (RIO 2016)	
Sara Conceição De Paula	
DOI 10.22533/at.ed.1701908058	

CAPÍTULO 9	120
DETERMINANTES DO TURISMO DE NEGÓCIOS INTERNACIONAIS: UM MODELO DINÂMICO COM DADOS EM PAINEL	
Pedro Miguel Fonseca Moreira de Carvalho Miguel Ángel Márquez Paniagua Montserrat Díaz Méndez	
DOI 10.22533/at.ed.1701908059	
CAPÍTULO 10	139
ECONOMIA CRIATIVA E PROPRIEDADE INTELECTUAL, INTERLOCUTANDO COM A TECNOLOGIA SOCIAL NA COMUNIDADE	
Felipe Rodrigus Bomfim José Claudio Rocha Anucha Prisco de Aguiar Peixoto	
DOI 10.22533/at.ed.17019080510	
CAPÍTULO 11	155
EMPODERAMENTO FINANCEIRO DE MULHERES VÍTIMAS DE VIOLÊNCIA DOMÉSTICA ATRAVÉS DA SUA QUALIFICAÇÃO NA INDÚSTRIA DE TURISMO E EVENTOS	
Flávia Cristina Rodrigues Paiva Neuza de Farias Araújo Nelson Carpes Neiva	
DOI 10.22533/at.ed.17019080511	
CAPÍTULO 12	170
FAMILISMO EFICIENTE NO TURISMO EM ESPAÇO RURAL	
Luiz Ernesto Brambatti	
DOI 10.22533/at.ed.17019080512	
CAPÍTULO 13	184
HISTÓRIA LOCAL E EDUCAÇÃO DE JOVENS E ADULTOS: MEMÓRIA, SABERES E PRÁTICAS	
Rosangela Costa Soares Felipe Rodrigues Bomfim José Cláudio Rocha	
DOI 10.22533/at.ed.17019080513	
CAPÍTULO 14	195
HOSTEL E O SUJEITO TURISTA	
Mara Regina Thomazi Maria Luiza Cardinale Baptista	
DOI 10.22533/at.ed.17019080514	
CAPÍTULO 15	209
MULHER NA PM: UMA QUESTÃO ESTRATÉGICA OU MARCA DE EMPODERAMENTO?	
Jamile Maria da Cunha Silva Felipe Rodrigues Bomfim	
DOI 10.22533/at.ed.17019080515	
CAPÍTULO 16	224
O BOTECA CARIOCA E A HOSPITALIDADE NA CIDADE DO RIO DE JANEIRO	
Cláudia Mesquita Pinto Soares Ceci Figueiredo de Moura Santiago	

Tânia Muzy da Silva
Bruno Morett Figueiredo Rosa
Luana Costa Pierre de Messias
Ricardo Guimarães Matias

DOI 10.22533/at.ed.17019080516

CAPÍTULO 17 240

POLICIAMENTO COMUNITÁRIO COMO ESTRATÉGIA ORGANIZACIONAL: UM ESTUDO DE CASO DA POLÍCIA MILITAR NA ESCOLA IVETE OLIVEIRA EM SERRINHA – BAHIA

Jeciene dos Santos Pereira
Felipe Rodrigues Bomfim

DOI 10.22533/at.ed.17019080517

CAPÍTULO 18 254

ECONOMIA DO TURISMO PORTO, A “CONQUISTA” DO TURISMO E A RELAÇÃO COM O VINHO DO PORTO

Luis Pinto Machado
Diamantino Ribeiro

DOI 10.22533/at.ed.17019080518

CAPÍTULO 19 271

PROJETO TURISMO DE BASE COMUNITÁRIA NO ANTIGO QUILOMBO DO CABULA: SOLUÇÕES PRÁTICAS QUE EMERGEM DAS PESQUISAS

Velma Factum Dutra

DOI 10.22533/at.ed.17019080519

CAPÍTULO 20 281

REFLETINDO A DE PROPRIEDADE INTELECTUAL E A ECONOMIA CRIATIVA NA UNIVERSIDADE DO ESTADO DA BAHIA - UNEB

Felipe Rodrigues Bomfim

DOI 10.22533/at.ed.17019080520

CAPÍTULO 21 289

“TRILHA GALERA PAU NA FUMAÇA”: A INFLUÊNCIA ECONÔMICA EM BOM JESUS DAS SELVAS - MA

José Rodrigues de Oliveira Filho
Rosélis de Jesus Barbosa Câmara

DOI 10.22533/at.ed.17019080521

CAPÍTULO 22 302

TURISMO DE EVENTOS, ANÁLISE COMPARATIVA 2013/2017: FESTIVAL GASTRONOMICO DE PIRENÓPOLIS – GO

Giovanna Adriana Tavares Gomes
Rafael De Araujo Rosa
Carlos Henrique Freitas

DOI 10.22533/at.ed.17019080522

CAPÍTULO 23 320

UNIDADE DE CONSERVAÇÃO: UM TERMO BRASILEIRO PARA ÁREAS NATURAIS PROTEGIDAS

Beatriz Sousa Pereira

Ivanir Azevedo Delvizio

Fernando Protti Bueno

DOI 10.22533/at.ed.17019080523

SOBRE ORGANIZADORA 338

A TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO COMO FERRAMENTA PARA O TURISMO DE BASE COMUNITÁRIA: AIRBNB EXPERIENCE E O TURISMO LGBT

Christopher Smith Bignardi Neves

Universidade Federal do Paraná – Setor Litoral
Matinhos – Paraná
smithbig@hotmail.com

Isabele de Souza Carvalho

Universidade Federal do Paraná – Setor Litoral
Matinhos – Paraná
Souzabele28@gmail.com

RESUMO: O estudo tem como objetivo atrelar o uso das Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC) ao movimento de Turismo de Base Comunitária (TBC), com enfoque no segmento de Turismo LGBT, o estudo qualitativo busca na Plataforma Airbnb, especificamente na aba de Experiências, roteiros turísticos que tenham como principal motivação a história do Movimento LGBT, apresenta-se três exemplos provenientes dos Estados Unidos da América, onde pode-se considerar que a TIC e TBC têm possibilidades de crescimento por meio do Airbnb Experience, em especial com atividades de impactos sociais.

PALAVRAS-CHAVE: Tecnologia da Informação; Turismo LGBT; Airbnb Experience; Turismo de Base Comunitária.

ABSTRACT: The study has the objective to link the use of Information and Communication

Technologies (ICT) to the Community Based Tourism (TBC) movement, focusing on the LGBT Tourism segment, the qualitative study of the Airbnb Platform, specifically the Experiences tab, the LGBT Movement's history, three examples are presented from the United States of America, where it can be considered that ICT and TBC have possibilities of growth through the Airbnb Experience, especially in social impacts. **KEYWORDS:** Information Technology; LGBT Tourism; Airbnb Experience; Community Based Tourism.

1 | INTRODUÇÃO

Na sociedade do século XXI, a tecnologia da informação está inserida em todas as atividades do dia a dia, para fazer quaisquer afazeres, como solicitar entregas à domicílio, conversar, uso de transporte, para todas estas e outras pode-se usar o meio tecnológico (PIRES, 2010). Compreendemos que a Tecnologia da Informação e Comunicação (TIC) vem agregando ao turismo características impares que contribuem para o crescimento do fenômeno. Desta forma, busca-se neste artigo atrelar a plataforma Airbnb, como ferramenta tecnológica para as experiências turísticas.

Turismo LGBT vem sendo discutido pelo mercado e pela acadêmica com grandes

ênfases, teve crescimento enquanto segmento turístico, e já é possível quantificar os gastos destes turistas no mercado internacional (IGLTA, 2017; OMT, 2017).

O Turismo de Base Comunitária (TBC) preza por princípios sociais que o turismo de massa não tem dispõe de mecanismos para controle, vez que este modelo de atividade massiva não prevê uma participação da sociedade como realizadora do turismo, mas a coloca na margem das ações, muitas vezes a escondendo do turista.

O caráter inovador deste estudo é atrelar conceitos de TIC, TBC e Turismo LGBT, contribuindo para o viés interdisciplinar do turismo, vez que atrelado possibilitam vislumbrar novas perspectivas antes não elucidadas. Este estudo com caráter qualitativo, devido ao fato de que esta possibilita uma forma de “entender o significado que os indivíduos ou os grupos atribuem a um problema social ou humano” (CRESWELL, 2010, p. 26). Fornece compreensões de como um segmento turístico, pode proporcionar experiências de caráter social, onde as atividades são executadas e organizadas por residentes, trazendo retorno para a comunidade, mediados por uma plataforma online.

Buscou-se na plataforma Airbnb, três experiências ofertadas por anfitriões que atendessem aos turistas LGBT, corroborando para compreensão do Movimento LGBT, encontrou-se três: (1) *LGBTQ History Walking Tour*, (2) *Tour of NYC's First LGBTQ Monument* e (3) *Bike through queer history*; que são descritas no item Análise e Resultados.

2 | AS TECNOLOGIAS DA INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO NO TURISMO

É notável a mudança que a inovação das tecnologias de informação com a utilização da internet, vem trazendo para a sociedade mundial. A internet tem uma grande capacidade de alterar em níveis processuais e comunicacionais todas as transações que ocorrem no globo atualmente, inclusive o setor turístico. (CACHO; AZEVEDO, 2010). Então podemos considerar as transações econômicas cada vez mais dependentes de inovações como a internet.

Essa ferramenta mostrou-se eficiente na forma com que se transitam informações para o globo. Sendo assim, as novas tecnologias influenciam as concepções dos turistas que consomem pela internet para aquisição de produtos, bem como as empresas no sentido de criação de novos modelos para comercializar estes mesmos produtos. (VICENTIN; HOPPEN, 2003).

Como influenciadora digital, a internet, por meio das mídias promove destinos turísticos, com informações e diferenciadas alternativas se tornando a fonte da imagem daquele destino. (CACHO; AZEVEDO, 2010). Com a facilidade de alcance e uma comunicação nos dois sentidos, a internet promove ao turista enquanto consumidor, a autonomia de pensar, planejar e organizar seus destinos, podendo realizar reservas de todos os equipamentos e produtos que desejar utilizar, sem mesmo sair de sua

casa, apenas com um clique de distância. (VICENTIN; HOPPEN, 2003).

Um reflexo disso é o apontamento que vem aumentando o número de páginas da Internet que oferecem serviços voltados para o turismo. Essa situação está colocando os empreendimentos do trade turístico em uma relevante necessidade, descobrir uma solução que fique entre os dois mundos do tradicional e da inovação. (VICENTIN; HOPPEN, 2003).

Segundo a Organização Mundial do Turismo:

O turismo e a Internet são parceiros ideais. Os consumidores, ao planejarem uma viagem a um novo destino, enfrentam o problema de realizar uma compra sem que possam ver o produto. A internet fornece acesso imediato a informações relevantes sobre os destinos em todo mundo, com o maior variedade e profundidade do que era possível antes, e permite fazer reservas de forma rápida e fácil. (OMT, 2001, p.15).

Conforme destacado no artigo citado, observamos as adequações que a tecnologia da informação vem promovendo, com novas ferramentas para o consumidor enquanto turista e também sua independência na hora de escolha das viagens, obtêm se as *startups* que apareceram frente à atual demanda da economia compartilhada. (ALBERTINI, 2017).

Esse recente fenômeno, tem se difundido cada vez mais. Muitas empresas que atuam nesta modalidade se tornaram modelos de negócios bem sucedidos e sustentáveis, o que identifica um enorme potencial de desenvolvimento econômico. (SILVEIRA, PETRINI, SANTOS, 2016). Essas plataformas de economia compartilhada por meio de aplicativos de solução rápida e inteligente, vêm se tornando uma tendência global. (BENI, 2017).

As tecnologias de Informações no setor turístico precisam estar sempre se inovando e propagando, nos serviços, nos destinos, nos meios de reserva, devido não somente pelo aumento da procura, mas também para mostrar-se como um veículo de alto potencial global. Essa situação acentua também o turismo de massa, forma cada vez mais comum. (CACHO; AZEVEDO, 2010).

Entretanto para que os produtos *online* se tornem mais protegidos, formais e de qualidade é preciso que as empresas tenham mais foco quando se trata dos meios tecnológicos, pois o serviço não termina quando o turista finaliza sua compra, ela está colocada em todos os serviços, tudo que envolva um bom atendimento para que aquele turista volte a usar esses serviços e passar adiante. (PIRES, 2010).

Pires (2010) analisou a opinião de 66 turistas quanto ao uso da internet em suas informações e escolhas, por meio de questionários deixados em meios de hospedagem. Como resultados levantados, 28,79% dos entrevistados considerou a internet como seu principal meio de notícia. Ao serem questionados sobre qual o meio dentro da internet mais utilizam para a busca de informações turísticas, 44,62% declarou usar Google. Sendo que 20% dos entrevistados declarou buscar agências de viagens na hora das pesquisas sobre destinos turísticos.

Outro estudo realizado por Vicentin e Hoppen (2003), no qual foram analisados

sites de agências de viagens tradicionais, bem como instituições como a ABAV e a EMBRATUR, apontou que algumas agências tradicionais permaneceram com a visão que a tecnologia tem uma parcela no turismo, mas não consideram como uma parcela grande. Dentro do apontado destacamos o seguinte pensar:

É importante que todos os interessados, funcionários e o setor turístico, vejam essa rede *online* como um recurso organizacional, que faça parte de suas atividades cotidianas e não como algo especial ou extra acrescentado à sua carga de trabalho atual. Ela deve ser o primeiro recurso para se obter informações sobre turismo e, em termos ideais, ser utilizada como navegador. (OMT, 2001, p.15).

Destacamos que as tecnologias da informação, como é o caso da internet, representa uma ferramenta de alto potencial econômico, social e cultural para o turismo. Ferramenta esta que facilita o acesso dos turistas as informações e reservas estimula para que novos destinos sejam promovidos e ganhem destaque, assim como aumenta a demanda daqueles que já estão no trade. Mas, é importante destacar que, para que esse meio seja oferecido com qualidade e eficácia, faz-se necessário uma constante renovação e atualização, para que assim a rotatividade e qualidade do setor continuem fluindo, tanto para o comércio do turismo quanto para aqueles que usufruem dele.

3 | TURISMO DE BASE COMUNITÁRIA

Por ocasião do XV ENTBL (Encontro Nacional de Turismo de Base Local), realizado entre os dias 10 e 13 de setembro do ano de 2018, na cidade de Recife, a Professora Dra. Luzia Coriolano apresentou, na mesa “Ecosociodesenvolvimento e Turismo Comunitário” as diferenças entre turismo de base local, turismo comunitário e turismo de base comunitária, para a ela

O turismo de base comunitária é o turismo onde tem alguém junto com a comunidade ajudando, cooperando, não é a comunidade sozinha que está resolvendo, nós temos lugares que a comunidade não aceita interferência de ninguém, porque desconfia e sabe que quem vem de fora ajudar tem segundas intenções. (CORIOLANO, 2018, s/p)

Baseando-se nos escritos de Castro e Pinto (2013) concebemos o turismo de base comunitária através de uma ótica diferente do turismo já entendido simplesmente como uma atividade econômica, ou que se pode denominar de “turismo tradicional”.

Uma perspectiva de incorporação de atitudes mais responsáveis no turismo em relação às suas modalidades massivas, valorizando as práticas voltadas para a economia solidária, a autogestão da cadeia produtiva, o associativismo/cooperativismo e a valorização das culturas locais, enfatizando o protagonismo das comunidades locais (BRASIL, 2008 apud CASTRO; PINTO, 2013, p. 215)

Desta forma, compreende-se o turismo de base comunitária como um modelo de turismo voltado para as pessoas, feita por pessoas, este modelo não utiliza uma plataforma mercadológica comum do turismo, ele se volta para as múltiplas dimensões,

dimensões humanistas. Foge da lógica capitalista tão comum ao turismo, este modelo de desenvolvimento baseia-se no social, nas interações, na redução de impactos.

Muitos países firmaram uma série de protocolos com o intuito de minimizar seus efeitos negativos, estabelecer uma correlação de força menos desigual entre o multi-setor turístico e os agentes envolvidos nele e no seu entorno (político, econômico, sociocultural e ecológico), e pensar formas de tornar o turismo uma atividade sustentável, conforme apontam as declarações de Otavalo e de San José (CASTRO; PINTO, 2013, p. 215).

O que diferencia o turismo de base comunitária, é o fato de que a comunidade receptora é quem encarrega-se das atividades, o envolvimento da comunidade se faz necessário para que se desenvolva o turismo, para tanto é preciso que ocorra um processo de “informação e qualificação dos indivíduos em sujeitos” e “que o turismo comunitário pode estimular a participação local na relevância dada à gestão participativa e uso do poder local para desenvolvimento do turismo, no sentido da valorização do poder local” (CASTRO; PINTO, 2013, p. 216).

Desenvolver o turismo em determinada localidade não é tarefa simples, o planejamento é papel principal desta atividade, pois a partir disto é que se em uma visão holística. O turismo de base comunitária, deve respeitar as particularidades do local, não se propondo a fazer grandes empreendimentos, mas sim ações pontuais, considerando dimensões econômicas, sociais, culturais e ambientais, transformando-se num diferencial (CORIOLANO, 2018, s/p.).

Quando Castro e Pinto (2013) realizam um levantamento destas dimensões apresenta-nos em forma de quadros conceituais, e baseado neste modelo de estudo pode-se discorrer sobre os conceitos e categorias por eles abordados.

Coriolano (2018, s/p.) afirma que a comunidade que se apropria do turismo, que se empodera por meio desta atividade econômica, deixa de ser submissa e passa a ser dominadora. Desta forma, entender minimamente o fenômeno da atividade turística é essencial para o planejamento do mesmo, pois o desenvolvimento da experiência ofertada pelo anfitrião deve procurar uma forma de renovação do turismo, quando já estagnado ou em declínio, evitando que o turista incorra nos fatores de irritação.

4 | ANÁLISES E RESULTADOS

A possibilidade de experiências com os anfitriões garante que os visitantes, turista ou excursionista possa ter compreensões diferentes de uma mesma ação. Os anfitriões do Airbnb, podem ter um vínculo comercial, social ou de pessoa física, ou seja, a experiência contratada pelo usuário podem reverberar em uma empresa turística que oferta por meio da plataforma seus serviços; podem ser de causa social, tendo a renda toda revertida para as organizações, pois o Airbnb não cobrará as taxas usuais destas instituições; e, as pessoas físicas, aqui compreendidas como portadores de conhecimentos, técnicas, e que ofertem um experiência fora do usual, ofertam seu tempo livre (ou fazem disso uma forma de renda) para satisfazer as necessidades dos

visitantes.

Ao analisar-se as dimensões econômicas que podem beneficiar os anfitriões, a plataforma Airbnb Experience, garantem que os próprios residentes são quem organizam as atividades, e se planejam para recepcionar os visitantes, isso garante à eles o controle efetivo das atividades, bem como dos meios, ainda que enquanto os visitantes solicitem as atividades, cabe à equipe receptiva organiza-los e distribui-los nos espaço e tempo da permanência do turista.

As atividades de impacto social, são reconhecidas pelo Airbnb como algo inspirador, que conecte viajantes (ou não) aos próprios moradores locais, envolvidos em uma causa abraçada por uma organização sem fins lucrativos.

Os anfitriões de impacto social podem ser funcionários, membros da diretoria, contratados, voluntários ou apoiadores de uma organização sem fins lucrativos local. Eles têm experiência real no trabalho da organização sem fins lucrativos e o consentimento da organização. A própria organização deve ser uma ONG/ organização sem fins lucrativos registrada, como definido por nosso parceiro TechSoup, e ser validada através do portal TechSoup (AIRBNB, 2018a).

Esse modelo de desenvolvimento turístico, fica pautado por diversos princípios, como da economia solidária, do associativismo, da valorização da cultura local, e outros.

Esse contato entre visitante e visitado favorece a formação de vínculos maiores, bem como valoriza a vida em sociedade, o que nos leva às dimensão social, pois favorece a produção de meios que por ventura venham a melhorar as condições de vida da comunidade onde o anfitrião está inserido, coloca-o em contato com outras pessoas, de culturas diferentes, locais diversos, este intercâmbio de relações traz para a comunidade uma fonte de informações e cultura desconhecidas, isso sem se deixar ser submissa, pois a principal protagonista deste modelo de turismo, é a própria comunidade, o meio com a qual ela se organiza, seu modo funcional, ela está ali para transmitir seus conhecimentos, seus modos operante, para isso ela precisa resgatar seu modo de vida próprio, e mais, precisa conserva-los e valoriza-los

Experience Airbnb apresenta-se como um exemplo que atrela o uso de TIC e o empoderamento por meio do TBC; pois transfere para a comunidade (aqui entendida como uma associação, bairro ou um grupo de pessoas envolvidas, mas também em uma única pessoa que pode ser um informante ou acompanhante turístico) a possibilidade de gerenciar essa atividade econômica de forma a satisfazer anseios de uma parcela de visitantes/turistas que procuram esses serviços.

A pesquisa da Nestpick (2017), ao analisar as destinações dos turistas LGBT cita as dez melhores cidades para turismo LGBT no mundo, em ordem de classificação aparecem as cidades de Madri, Amsterdã, Toronto, Tel Aviv, Londres, Berlin, Brighton, Barcelona, Nova Iorque e São Francisco. Para tanto, apresenta-se abaixo três experiências escolhidas direcionada para o segmento do Turismo LGBT, ambas em território norte-americano, as duas primeiras ocorrem na cidade de Nova York (NY), e outra na cidade de San Francisco (CA), ambas cidades são conhecidas por ter uma

vida LGBT agitada conforme foi possível analisar em Nedtpizk (2017).

Nova York é o berço da “revolução LGBT”, onde se iniciou o movimento de luta por conquistas, e San Francisco por ter um ativismo político personificado por Harvey Milk.

Dados do Turismo LGBT apresentados pela OMT (2017), compara o comportamento do turista heterossexual com os turistas LGBTs, e apresenta porcentagens elevadas quanto ao gasto destes turistas, evidenciando que turistas LGBT prezam mais pela prática do turismo, em especial àquelas atreladas a experiências, artes e entretenimento.

4.1 LGBTQ History Walking Tour

Esse roteiro evidencia a luta pela promoção dos direitos homossexuais, que data do século XIX (na Europa), mas em 1924 no EUA o movimento retorna às ações por meio de organizações políticas e sociais que visavam melhorar as condições de vida dos gays e lésbicas, trabalhavam de forma discreta, isso perdurou-se até 1960. Então no final de 1960, decidiram mudar a terminologia de movimento homossexual para movimento gay, pois a antiga denominação estava carregada de estigmas.

Essa experiência é ofertada por Michael, que se define como um sujeito queer, possui experiência na área de escrita, e atualmente produz um livro sobre temas LGBTQ, e vem a três anos pesquisando sobre Stonewall Riots, essa experiência que Michael compartilha com os demais torna sua escrita mais autêntica.

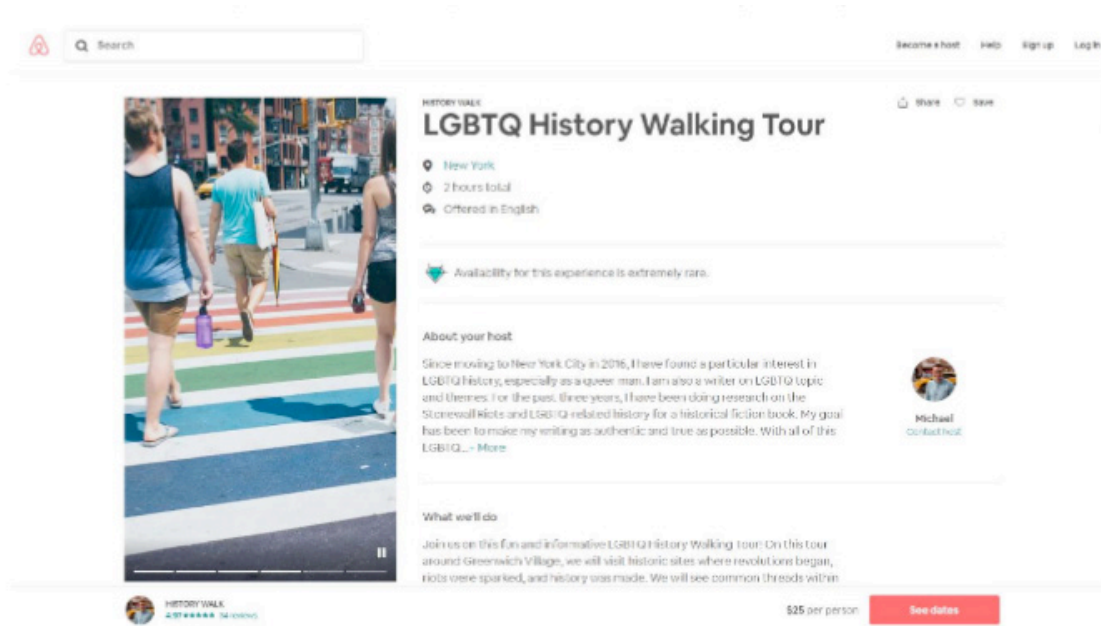
O potencial histórico da luta LGBT iniciada no bairro de Greenwich Village, atrelado ao conhecimento de Michael, favorece um conhecimento dos fatos pela perspectiva de um sujeito queer (atrelado ao movimento LGBT), o que corrobora para uma compreensão da causa social. Possui duração de duas horas, percorrendo pouco mais de três quilômetros os redutos LGBT de NYC, o valor cobrado pela plataforma Airbnb é de US\$ 25,00.

Divertida e informativa Visita Histórica LGBTQ! Nesta turnê pelo Greenwich Village, visitaremos locais históricos onde as revoluções começaram, tumultos foram desencadeados e a história foi feita. Veremos tópicos comuns dentro das gerações LGBTQ que viveram vida em Nova York, compartilhando suas histórias durante todo o tour. Neste tour, aprenda mais sobre histórias individuais de ativistas queer e os principais movimentos políticos e sociais que moldaram a comunidade LGBTQ ao longo do tempo. Os locais incluem o histórico Stonewall Inn, o Christopher Park, o NYC AIDS Memorial e o Centro Comunitário LGBT (AIRBNB, 2018b, tradução nossa).

Para este tour se faz pertinente conhecer um pouco da história de lutas do Movimento LGBT, a iniciar pela terminologia, o termo “gay” não carregava uma conotação pejorativa. Para outros, tinha um significado chique e internacional. Além disso, o movimento internacional tornara-se um ponto de referência no fim dos anos 80 para todas as organizações, conforme os sentimentos nacionalistas e anti-imperialistas

perdiam a força (GREEN, 1999, p. 446-447).

Em 28 de junho de 1969, ocorreu o maior marco da história do movimento gay, onde policiais tentaram fechar o bar Stonewall Inn, localizado em Greenwich Village, em Nova York. Os policiais foram atacados pelos homossexuais com garrafas e pedras, ao que a polícia pediu reforços, assim a cidade parou para ver a briga entre policiais e gays, que prolongou-se por cinco dias. A partir disso, o dia é comemorado como o Dia Internacional do Orgulho Gay. Foi depois de Stonewall que o movimento gay passou a centrar as suas reivindicações em direitos e proteções (GREEN, 1999; TREVISAN, 2000).



Captura de tela da Experiência “LGBTQ History Walking Tour”

Fonte: Airbnb (2018b)

4.2 Tour of NYC’s First LGBTQ Monument

Anthony, o anfitrião dessa experiência pautou-a no assunto da AIDS, que está atrelado em muito ao movimento LGBT. Como disse Trevisan (2000) nunca se falou tanto sobre os gays como na era da Aids, o que o movimento homossexual não conseguiu em vinte anos de luta por visibilidade, o vírus o fez em poucos anos.

De fato, graças à AIDS, qualquer cidadão/ã de todas as idades, nos locais mais distantes e independentemente de sua orientação sexual, pôde se informar, de maneira inédita pelo constante impacto, o que é ser homossexual, como se pratica a homossexualidade e, mais ainda, onde homossexuais se encontram. (Trevisan, 2000, p. 463)

Apesar de a Aids não ser uma “doença homossexual” ela ainda é uma questão de importância para estes indivíduos, os mais velhos perderam amigos e companheiros/namorados, os mais jovens tem de aceitar que a prevenção contra a

doença fará parte de suas vidas, pois devido ao estigma heterossexista errôneo de que gay é soropositivo, em suma a Aids influência na identidade gay, na subcultura e no preconceito. A Aids chegou a ser chamado de *Gay Related Immunodeficiency – Imunodeficiência Relacionada à Homossexuais* (TREVISAN, 2000).

Este roteiro elaborado por Anthony, tem como inspiração a arte, vez que o anfitrião é um artista multidisciplinar, atua com fotografia, cinema, pintura, escultura, desenho e instalações, suas obras podem ser encontradas no Museu Whitney de Arte Americana, no MoMA, no Guggenheim e no Museu do Brooklyn, onde reside. Elaborou junto com outros artistas o primeiro monumento oficial em homenagem aos homens, mulheres e crianças mortas pela AIDS de Nova York, que se localiza em entre a Greenwich Ave, 7th Ave S e W 12th street.

The screenshot shows an Airbnb listing for a 'HISTORY WALK' titled 'Tour of NYC's First LGBTQ Monument'. The listing includes a search bar at the top, navigation links like 'Become a host', 'Help', 'Sign up', and 'Log in', and a video thumbnail showing portrait studies. Key details include the location 'New York', a duration of '1 hour total', and the offer of 'Drinks'. The host, Anthony, is described as a multi-disciplinary artist. The listing is for the 'Lesbian, Gay, Bisexual & Transgender Community Center' and is priced at '\$50 per person', with a 'Sold out' button.

Captura de tela da Experiência “Tour of NYC’s First LGBTQ Monument”

Fonte: Airbnb (2018c)

Esta atividade é reconhecida pelo Airbnb como uma experiência de impacto social; desta forma, a plataforma não cobra taxas da instituição promotora, que neste caso fica sob responsabilidade do “*Lesbian, Gay, Bisexual & Transgender Community Center*”.

Sobre o Centro Comunitário de Lésbicas, Gays, Bissexuais e Transgêneros: O Centro promove um ambiente acolhedor onde todos são celebrados por serem quem são. Oferecem às comunidades LGBT de NYC programas de saúde e bem-estar; artes, entretenimento e eventos culturais; serviços de recuperação, bem-estar, paternidade e apoio familiar (AIRBNB, 2018c, tradução nossa).

Conforme pode-se notar, a atividade turística neste caso, é uma alternativa do *LGBT Community Center* em divulgar a história LGBT, e de angariar fundos para a instituição, certamente os impactos sociais deste tour contribuem para melhor compreensão da causa LGBT, ainda que por ser um nicho pouco procurado por

pessoas heterossexuais, a divulgação destes fatos se faz relevante para uma social mais tolerante e justa.

Ao final é servido drinks aos participantes, o percurso tem duração de aproximadamente uma hora e é oferecido apenas em língua inglesa, ao custo de US\$ 50,00.

Conforme pode-se vislumbrar na página do The New York City AIDS Memorial, os pontos em representativos são: *The Lesbian, Gay, Bisexual & Transgender Community Center*; *Stonewall Inn*; *Gay Liberation Monument*; *Judson Memorial Church*; *Edna St. Vincent Millay's House* e *The Daughters of Bilitis Meeting Spot*. Por estarem situados próximos aos locais de encontro dos roteiros anteriores, pode-se afirmar que estes são locais a serem visitados.

4.3 Bike Through Queer History

Pode-se perceber que no caso desta experiência o passeio é ofertado para ciclistas, tem duração de três horas e meia, e percorre bairros, ruas e locais emblemáticos de São Francisco “desde a Corrida do Ouro e a Proibição até a Segunda Guerra Mundial e a crise da AIDS, ouça histórias raramente contadas sobre as pessoas e lugares que deram a São Francisco a reputação de ser a cidade mais gay do mundo” (AIRBNB, 2018d)

O serviço ofertado pelo anfitrião Jack, que trabalha a mais de 10 anos com organizações LGBTQ+, e é o fundador da TurnOut, possui assim como a atividade anterior, o selo de Impacto Social do Airbnb (2018d) que informa ao usuário da plataforma que “100% do que você paga por ela vai para TurnOut”, desta forma potencializa o alcance da ONG, graças à atividade turística.

Sobre o TurnOut

O TurnOut conecta grupos LGBTQ + em escolas de ensino médio, faculdades e empresas com oportunidades de voluntariado no LGBTQ + organizações sem fins lucrativos. A missão da TurnOut é apoiar as ONGs LGBTQ + locais com voluntários e promover o voluntariado e o envolvimento da comunidade entre as pessoas e aliados LGBTQ +.

Para quem não possuir bicicleta no momento do *tour*, a página descreve locais para locação da bicicleta, o *tour* com Jack tem custo de US\$ 45,00 e limite para dez integrantes, o percurso é de 16 quilômetros. Dentre as três atividades aqui exemplificadas esta é a que mais possui avaliação dos usuários, com 58 comentários e nota 4,93 (numa escala que vai até 5).

The screenshot shows the Airbnb interface for an experience titled "Bike through queer history" in San Francisco. The listing features a video thumbnail of people with bicycles. Key details include a 3.5-hour duration, English language, and a 5-star rating from over 50 people. The host, Jack, is identified as the founder of TurnOut, a local nonprofit. The price is \$45 per person, and a "See dates" button is present.

Captura de Tela da Experiência “Bike through queer history”

Fonte: Airbnb (2018d).

5 | CONSIDERAÇÕES

Pode-se confirmar que as experiências proporcionadas pelos anfitriões do Airbnb, fornecem uma nova forma de realizar o turismo, proporciona a autonomização do turista, que pode reservar seus passeios pela plataforma, fugindo do turismo tradicional, onde se tem um guia para os pontos turísticos padronizados.

As experiências são baseadas a partir da vivencia do anfitrião, que coincidem com os anseios do turista, ambos compartilham dos mesmos interesses, o que traz um novo modo de planejar o turismo. A tecnologia proporciona neste caso o contato entre os envolvidos, que com base nos comentários de quem já participou criam as expectativas do passeio.

Não cabe aqui prolongar os conceitos do montante financeiro ocasionado por essa plataforma, mas sim o funcionamento dela que une a tecnologia com as diversas formas/segmentos do turismo, ao exemplo do turismo LGBT, um nicho de mercado que pode ser explorado por anfitriões que não visam apenas no pink money; bem como o Turismo de Base Comunitária que se desprende do estereótipo de antiquado e sem motivações.

Portanto o uso das TIC favorece o turista nas tomadas de decisão e escolha dos produtos e serviços, proporciona uma nova forma de autogestão da atividade turística e une fornecedores e usuários no fenômeno, caracteriza-se por ampla expansão e proporciona interação entre residentes e visitantes.

REFERÊNCIAS

- AIRBNB. **Como faço para hospedar uma experiência de Impacto Social?** Disponível em <https://www.airbnb.com.br/help/article/1578/how-do-i-host-a-social-impact-experience> Acessado em 24 setembro de 2018a.
- AIRBNB. **LGBTQ History Walking Tour.** Disponível em <https://www.airbnb.com.br/experiences/262429>. Acessado em 25 setembro de 2018b.
- AIRBNB. **Tour of NYC's First LGBTQ Monument.** Disponível em <https://www.airbnb.com.br/experiences/263017>. Acessado em 26 setembro de 2018c.
- AIRBNB. **Bike through queer history.** Disponível em <https://www.airbnb.com.br/experiences/1281>. Acessado em 26 setembro de 2018d.
- ALBERTINI, G. S. G. G. **Turismo e economia colaborativa: uma avaliação das plataformas online de serviços vinculados ao turismo.** 2017. 88f. Trabalho de conclusão de curso (Bacharel em Turismo) - Faculdade de Turismo e Hotelaria, Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2017. Disponível em <https://app.uff.br/riuff/handle/1/4721>. Acesso em 26 agosto 2018.
- BENI, M. C. O novo Turismo na era da economia compartilhada. **Revista PANROTAS.** São Paulo, 11 jul. 2017. Disponível em www.panrotas.com.br/noticia-turismo/mercado/2017/07/artigo-o-novo-turismo-naera-da-economia-compartilhada_147809.html. Acesso em 20 maio de 2018.
- CACHO, A. N. B.; AZEVEDO, F. F. O turismo no contexto da sociedade informacional. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo.** v.4, n.2, p 31-48, ago. 2010.
- CASTRO, L. L. C; PINTO, R. Sustentabilidade e turismo comunitário: aspectos teórico-conceituais. **Caderno Virtual de Turismo,** v. 13, n. 2. p.213-226, ago. 2013.
- CRESWELL, J. W. **Projeto de Pesquisa: Métodos Qualitativo, Quantitativo e Misto.** 2ª Edição. Porto Alegre: Artmed, 2007.
- CORIOLOANO, L. **Palestra proferida na Mesa Redonda: Ecosociodesenvolvimento e Turismo Comunitário.** In. XV Encontro Nacional de Turismo de Base Local, Recife-PE, 10 set. 2018
- GREEN, J. **Além do Carnaval: a homossexualidade masculina no Brasil do Século XX.** São Paulo: UNESP, 1999.
- IGLTA. **International Gay and Lesbian Travel Association.** Disponível em www.iglt.org Acesso em 24 de novembro de 2017.
- NESTPICK. **Best LGBT Cities 2017** Ranking. Disponível em <https://www.nestpick.com/best-lgbt-cities> Acessado em 24 novembro 2017.
- PIRES, L. C. Análise dos impactos da tecnologia de informação e comunicação para o turismo. **Revista Acadêmica Observatório de Inovação do Turismo.** v.5, n.4, dez. 2010. Disponível em http://ead2.fgv.br/ls5/centro_rec/docs/analise_impactos_tecnologia_informacao_comunicacao_turismo.pdf. Acesso em 25 agosto de 2018.
- SILVEIRA, L. M.; PETRINI, M.; SANTOS. A. C. M. Z. Economia Compartilhada e Consumo Colaborativo: o que estamos pesquisando? **Revista de Gestão.** Porto Alegre, ed.23 p.298-305 set. 2016. Disponível em www.revistas.usp.br/rege/article/view/129033. Acesso em 24 agosto de 2018.
- TREVISAN, J. S. **Devassos no Paraíso: a homossexualidade no brasil, da colônia à atualidade.** 3ª Ed. Rio de Janeiro, Record, 2000.

THE NEW YORK CITY AIDS MEMORIAL. **Itineraries**. Disponível em <https://nycaidsmemorial.org/itineraries/>. Acessado em 29 setembro de 2018.

VICENTIN, I. C.; HOPPEN, N. A internet no negócio de turismo no Brasil: utilização e perspectivas. **Revista REAd**. Ed. 31, v.9, n.1, jan/fev. 2003. Disponível em <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/19609>. Acesso em 24 agosto de 2018.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO. OMT. **E-business para turismo**. Costa, R. S. (trad.). Porto Alegre: Bookman, 2003. p.276.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO. OMT. **Second Global Report on LGBT Tourism**, UNWTO, Madri, 2017.

SOBRE A ORGANIZADORA

GIOVANNA TAVARES. Doutorado em Performances Culturais pela UFG em andamento / 2019 - 2022, Mestrado Acadêmico na área das Ciências Sociais Aplicadas em Turismo e Hotelaria pela UNIVALI - SC (2007-2010) / CONCEITO CAPES 5 – Foco: Planejamento Participativo e desenvolvimento de base local, Especialista em Gestão em Turismo e Hotelaria pela Faculdade Lions - GO (2004-2005), Bacharel em Turismo pela Faculdade Cambury - GO (2003), MBA Executivo em Coaching, (2018) na Faculdade Cândido Mendes. cursando atualmente: Especialização em Administração do Setor Público, Especialização em Administração em Marketing de Serviços e Social e MBA em Gestão de Projetos (previsão de término dezembro 2019 - Faculdade Faveni). Atua na área de Pesquisa aplicada como pesquisadora em diversas áreas do mercado: Turismo, hotelaria, eventos, pesquisa censitária, gestão comercial e de negócios, sendo atualmente Professora Universitária na Faculdade Cambury nos cursos de Eventos e Gestão Comercial e na Coordenação Geral do evento institucional Círculo do Conhecimento desde 2015. Membro da ANPTUR - Associação Nacional de Pesquisa e Pós Graduação em Turismo. É servidora pública do Estado de Goiás na Área Técnica da Agência Estadual de Turismo - GOIÁS TURISMO - Coordenadora do OBSERVATÓRIO DO TURISMO DO ESTADO DE GOIÁS e Diretora de Gestão, Planejamento e Finanças. Presidente da ABBTUR - GO / Associação Brasileira de Turismólogos(as) e Profissionais de Turismo - Seccional Goiás. Atuou como: Professora do MBA em Promoção e Gestão de Eventos na disciplina: Planejamento e Coordenação de Eventos e Orientação de TCC pelo IESB – Instituto de Educação Superior de Brasília, Professora no IF Goiano - EAD no curso de Eventos, Professora na Faculdade Lions de (2013 a 2016) nos cursos de Turismo, Hotelaria e Administração; Faculdade de Tecnologia SENAC – Goiás (De 2007 a 2014) na Elaboração de projetos, coordenação e docência na Pós Graduação em Gestão de Empreendimentos Turísticos e Eventos e no Curso superior de Gestão de Turismo (ênfase em eventos) e somente como docente nos cursos de: Gestão Comercial, Gestão Ambiental, Gestão da Tecnologia da Informação e Produção Multimídia. Possui vasta experiência em disciplinas nas áreas de gestão (Planejamento Estratégico e Empreendedorismo), eventos, turismo, hotelaria, pesquisa, metodologia e atividades de campo/visitas técnicas. Consultora

da ONG Araucária - Organização Pró-Desenvolvimento Integrado Sustentável desde 2010, cuja atuação é na área de planejamento e desenvolvimento em turismo, com experiência em elaboração e execução de projetos para MTur, Governo do Estado de Santa Catarina, Prefeituras Municipais e setor privado. Consultora da PDCA desde 2013 - Assessoria e Treinamento: Turismo, Hospitalidade e Eventos.

Agência Brasileira do ISBN
ISBN 978-85-7247-317-0

