PROJETO DE INDICAÇÃO Nº 389/16

Considerando a importância de informar, orientar e esclarecer a servidores públicos e trabalhadores do trade turístico as diretrizes do Plano Nacional de Promoção da Cidadania e Direitos Humanos LGBT, instituído pelo governo Federal, além das políticas nacionais de Direitos Humanos;

considerando a necessidade do desenvolvimento e consolidação de uma política de atração turística LGBT de qualidade, com atendimento profissional e compartilhando com o turista, o estilo de vida e a alegria comum do soteropolitano;

considerando que o relatório da Organização das Nações Unidas (ONU) de 2012, deixa claro que a criminalização da homofobia e os avanços na conquista de casais do mesmo sexo podem garantir um futuro melhor para o mercado turístico LGBT, com a definição de novos produtos e serviços especializados;

considerando que o turismo LGBT é um dos segmentos que mais cresce no mundo. Somente em 2013, estimou-se que o mercado movimentou cerca de R$ 434 bilhões, segundo dados da Organização Yankelovich, com sede em Nova Iorque;

considerando, segundo a Organização Mundial do Turismo (OMT), que o público LGBT representa 10% dos viajantes e movimenta 15% do faturamento do setor. Além disso, enquanto o mercado mundial de turismo cresce 3,8% ao ano, o segmento avança a 10,3%. Trata-se de um público especial, com disponibilidade para viagens duas vezes por ano, com gastos diários superiores a US$ 200 dólares;

considerando a necessidade de aumentar a capacidade de atração do público LGBT em Salvador, já que de acordo com o Ministério do Turismo, Embratur e a Associação Brasileira de Turismo GLS (Abrat-GLS), o Município é um dos principais destinos com potencialidade para o desenvolvimento do turismo LGBT, competindo com Florianópolis, Rio de Janeiro, São Paulo, Brasília, Recife e Fortaleza;

considerando a necessidade de impedir a proliferação de preconceitos sobre o segmento LGBT, reforçando que se trata de consumidores preocupados com a qualidade dos serviços e com perfis de comportamento diferenciados, incluindo jovens em busca de festas, apreciadores de arte e cultura, casais de meia idade em busca de paz e tranquilidade e de lugares paradisíacos;

considerando a necessidade de instituir políticas voltadas para combater qualquer forma de discriminação de gênero e promover a redução da violência contra o público LGBT. Segundo o banco de dados do Grupo Gay da Bahia (GGB), 318 LGBT foram assassinados no Brasil em 2015: um crime de ódio a cada 27 horas: 52% gays, 37% travestis, 16% lésbicas, 10% bissexuais;

considerando que capacitando profissionais para atuarem com o público LGBT está-se promovendo uma política afirmativa voltada para o combate à homofobia e inclusão social. Dados do GGB mostram que a homofobia mata inclusive pessoas não LGBT: 7% de heterossexuais confundidos com gays e 1% de amantes de travestis. Em termos absolutos, no ano de 2015, Salvador foi a segunda cidade brasileira que registrou o maior número de assassinatos de LGBT do país (33 casos), ficando atrás de São Paulo (55 casos);

considerando o exemplo do Município do Rio de Janeiro que criou em 2011 o selo Rio sem Preconceito para atribuir aos empreendimentos do setor turístico que passaram por capacitação semelhante. Segundo dados da Riotur, dos dois milhões de turistas que chegam à Cidade, anualmente, 500 mil são LGBT. A expectativa é que esses números entrem em progressão geométrica, atraindo mais turistas, gerando mais oportunidades de trabalho e garantindo mais recursos para a Cidade. Atualmente, a própria Riotur destaca o aumento da demanda pela capacitação.

A CÂMARA MUNICIPAL DE SALVADOR

INDICA:

ao prefeito, a elaboração de estudos para promoção de programas de capacitação de servidores municipais e profissionais do trade turístico para atuarem no receptivo ao segmento LGBT e a criação do selo Salvador da Diversidade para atribuição aos empreendimentos cujos funcionários estiverem devidamente capacitados.

Sala das Sessões, 24 de maio de 2016.

VÂNIA GALVÃO