



TURISMO LGBTQ E O RUPAUL'S DRAGCON

Um relato da experiência de pesquisa da Arte Drag e sua geração de demanda turística

RESUMO ESTRUTURADO: Este relato de experiência é derivado da Pesquisa de Iniciação Científica, iniciada em agosto de 2019, no Centro Federal de Educação Tecnológica Celso Suckow da Fonseca (CEFET-RJ), esta foi financiada pelo Departamento de Pesquisa e Pós Graduação do CEFET-RJ. Aqui, **tivemos por objetivo o entendimento quanto viabilidade de um evento voltado exclusivamente para o público LGBTQ brasileiro, ou seja, buscamos entender se há público para um evento desse nicho em território nacional.** Assim, nosso objeto de estudo foi o **“RuPaul’s DragCon” e sua possível replicação no Brasil.** Isso se deu ao percebermos que há, dentre os eventos culturais voltados para o fluxo turístico LGBTQ interno, um déficit que poderia ser prejudicial não só no quesito social, mas também no econômico, pois esse grupo movimenta um montante superior aos fluxos de turistas heterossexuais. Visto que a imagem internacional do Brasil pende para um tradicionalismo de direita, levantamos a **problemática se neste período pós pandêmico os eventos de nicho LGBTQ podem auxiliar na recuperação econômica e na mudança na visualidade internacional.** Para aferir se nossa premissa inicial tinha fundamento, partimos para **o uso de uma metodologia não tradicional no meio acadêmico, a netnografia,** pois, hodiernamente as relações que acontecem no ambiente virtual podem nos apresentar perspectivas dissonantes para o entendimento das singularidades de fluxos turísticos diversos, como o LGBTQ. Os resultados, obtidos mostram que **o poder econômico do turista LGBTQ é bem expressivo, pois seu gasto per capto é alguns por cento maior que o dos turistas cisgênero heterossexuais.** Foi aferido ainda que juntamente com a ascensão da Cultura Drag estadunidense às mídias sociais, o evento RuPaul’s DragCon se tornou mais atrativo para os turistas e mais lucrativo para os seus organizadores. Simultaneamente, no Brasil a Parada do Orgulho LGBTQ de São Paulo, ganhou mais relevância se tornando a maior do planeta, porém singular durante o ano, ou seja, sem nenhum evento grande que tome proveito de sua magnitude para usufruir de todo o potencial econômico do público presente nesse megaevento. **Como conclusão de nossa pesquisa tivemos que não temos todos os meios possíveis para trazer, sozinhos, um evento de tal calibre para o território nacional, todavia, a sua vinda impactaria não só na economia, mas também na forma como a cultura LGBTQ é disseminada internamente, podendo atuar como um propagador e “humanizador” da arte desse grupo minoritário.**

Palavras-chave: Turismo LGBTQ; Eventos LGBTQ; RuPaul’s DragCon; Turismo pós pandemia.

INTRODUÇÃO: Com a ascensão do entendimento do perigo de doenças infectocontagiosas como a COVID19, vimos nos últimos meses uma mudança de perspectiva acerca dos rumos do turismo e dos eventos ao redor do globo. Viagens de muitas horas podem se tornar mais caras e menos desejáveis para o turista tradicional, assim, podemos contornar essa mudança de demanda potencial a nosso favor, enquanto nação. É visto, no momento desta redação (junho de 2020), que dada a negligência governamental acerca do SarsCov2 (Novo Corona Vírus), o turista brasileiro pode ser estigmatizado enquanto um “doente”, ou até mesmo pode ser proibido de adentrar alguns países.

Apesar desse fato, é provado que o turismo perde muito no que diz respeito ao turismo LGBTQ, isso ocorre deste muito antes desse período pandêmico, agora, almejando por novos rumos para o turismo mundial, podemos considerar o fluxo turístico LGBTQ como um auxiliar para superar essa crise. Esse público, em específico, demanda por um tratamento especial que não fira as suas individualidades e preceitos morais. Se nos voltarmos para o que é oferecido a estes

fluxos turísticos encontraremos poucos eventos. E destes poucos os que são oferecidos, em geral, são somente Paradas do Orgulho LGBTQ e baladas desse nicho. Portanto, a nossa proposta é verificar se seria oportuno trazer para o Brasil, o RuPaul's DragCon, um evento que pode movimentar o turismo interno e ainda saciar as necessidades de um segmento por vezes esquecido, o Turismo LGBTQ.

A causa que nos levou a separar como o nosso **objeto de estudo o “RuPaul's DragCon**, foi ele se conectar diretamente com público LGBTQ, assim, a relação estabelecida entre esses públicos perpassa por um caráter identitário, à medida que o artista e o contemplador são interdependentes e a obra de arte se funde ao intérprete da Arte Drag. Estas singularidades fazem o RuPaul's DragCon ter um potencial lucrativo enorme para o mercado turístico brasileiro, já que temos uma cena Drag muito influente interna e externamente. Portanto **objetivamos compreender se há, no Brasil, o público alvo do RuPaul's DragCon.**

No decorrer deste Relato de Experiência será mostrado ao leitor, os caminhos que foram traçados durante a pesquisa para que chegássemos as conclusões apresentadas. Começando pela problemática da pesquisa, bem como a sua relevância, ponderamos que estamos enfrentando um momento caótico para o turismo interno e externo, porém, percebemos que continuamos tendo os mesmos déficits que tínhamos antes desse período pandêmico. Seguindo, ilustramos como se deu o nosso embasamento metodológico, apresentando a forma encontrada para o entendimento das peculiaridades das relações interpessoais no ambiente online, e de que forma isso influi no cotidiano geral e de grupos minoritários. Como resultados obtivemos itens que, a priori, não pensamos em considerar, e respostas para questionamentos predecessores à execução dessa pesquisa, envolvendo a Arte Drag e o Sistema Turístico. Por fim, como conclusão será apresentado que ainda há um grande racionamento de informação disponível sobre a RuPaul's DragCon, mas isso algo não afeta na compreensão de que tal Reality tem um grande potencial de se tornar um grande sucesso em território nacional, dada a sua relação com o público LGBTQ brasileiro.

PROBLEMÁTICA E RELEVÂNCIA: Após todos esses meses de déficit nos meios de manutenção do mercado turístico, pode ser levantado a problemática: como eventos destinados exclusivamente para a comunidade LGBTQ no Brasil podem trazer auxílio para a recuperação econômica e a manutenção da imagem de Brasil plural no exterior?

Tal estudo se faz relevante na atualidade quando se é percebido a importância mercadológica de eventos como a “Parada Internacional do Orgulho LGBTQ” de São Paulo. Neste viés, outros eventos para esse público, de potencial financeiro geral maior que os demais turistas heterossexuais, podem gerar receita suficiente para dar vigor a novos negócios e restaurar aqueles que foram defasados pela Pandemia do SarsCov2.

METODOLOGIA: A pesquisa foi iniciada fazendo-se um levantamento bibliográfico, que englobou monografias, dissertações e teses, bem como artigos, tanto acadêmicos, quanto jornalísticos. A proposta era adquirir um conhecimento básico primordial, sobre o funcionamento do RuPaul’s DragCon, e para compor um referencial teórico para efetuar uma estrutura de pesquisa eficiente, que nos tornassem mais livres de interpretações “calçadas” na visão generalizadora e estereotipada que possuíamos antes da pesquisa (GIL, 2002, p. 51).

Demos prioridade ao estudo primário do evento em estudo, o “RuPaul’s DragCon”, seguindo passamos ao estudo do público alvo dessa conferência, no caso o público LGBTQ. Com essas informações em mãos passamos para uma análise mais centrada nas singularidades do Brasil e de sua população, para, assim, poder traçar uma potencial reaplicação de tal evento em território nacional. Estes pontos finais se deram através da análise do comportamento online das pessoas que tem contato com o público LGBTQ, sobretudo com as Drag Queens brasileiras. Dada a riqueza das trocas de conteúdo dentro de espaços virtuais, nos voltamos para o entendimento acerca de uma metodologia pouco usual para o ambiente acadêmico. Esta se trata de uma forma de o pesquisador indagar sobre o que se sucede dentro das comunidades virtuais. Tal metodologia é alinhada a etnografia em seu exercício, por demandar uma participação contínua dentro dos cenários virtuais, em estudo e objetivar obter conclusões acerca do funcionamento dos coletivos em questão (GEBERA, 2008). Tal método de pesquisa é conhecido por netnografia ou etnografia virtual e tem como preceito base o entendimento de que o ciberespaço é um ambiente rico em informações e essencial para pesquisas com grupos muito grandes e diversos, afinal, facilita e agiliza o processamento da informação. Gebera (2008, p. 83) considera que a proposta da netnografia para investigação na internet “enriquece las vertientes del enfoque de innovación y mejoramiento social que promueven los métodos activos y participativos dentro del espectro de lo cualitativo (metodología y práctica social), integrándose a las transformaciones importantes que Internet ha provocado en nuestra cotidianidad”.

Fizemos tal escolha ao percebermos que “a etnografia virtual se apresenta como uma possibilidade metodológica para investigação de comunidades, práticas e culturas situadas na internet” (Ferraz et.al, 2009, p.42). Foi pertinente a constatação de que a etnografia é a metodologia mais convincente para abordagens qualitativas, pois se aproxima de processos de relações interpessoais, comportamentos e dinâmicas grupais (GEBERA, 2008).

Foi inegável a percepção de que a “Internet é um artefato cultural e, por si só, uma cultura” (FERRAZ et.al, 2009, p.44). Portanto, o uso dos conteúdos nela disponibilizados se tornou algo imprescindível para as pesquisas desse nicho na atualidade. Tomando esse tipo de metodologia, tentamos estudar mais a fundo esse fenômeno, ainda juvenil que é a Arte Drag. Todavia, sabemos que pode haver questionamentos, validos, quanto a confiabilidade e validade dos resultados obtidos. Dito isso, nos atemos ao uso do método (n)etnográfico, adequando-nos as suas peculiaridades.

RESULTADOS: Objetivando o entendimento da possibilidade de se trazer ao país um evento nos parâmetros do RuPaul’s DragCon, buscamos durante essa experiência entender se o público brasileiro seria receptivo a tal conferência e teria atrações nacionais de relevância que trariam uma maior nacionalidade e, pela proximidade, um menor custo. A corrente experiência foi desenvolvida fazendo uso das metodologias de pesquisa de cunho bibliográfico e etnográfico virtual, presando sempre pela viabilidade de sua aplicação no território nacional. Tal relato de experiência foi desenvolvido durante a pesquisa de Iniciação Científica custeada pelo CEFET/RJ, que se iniciou em agosto de 2019 e terá término em agosto de 2020. Esse relato de experiência pode viabilizar o fomento do Turismo LGBTQ e de eventos voltados a esse público que demanda por produtos e serviços singulares.

É importante salientar que o público LGBTQ conta com um aparato muito forte de apoio internacional. Brunei, no dia 04 de abril de 2019, adotou pena de morte por apedrejamento aos homossexuais do país e aos que visitassem o país. Para o Sultão de Brunei, essa era interpretação mais fiel da lei islâmica, a sharia (BROCK, 2019). Todavia, a comunidade LGBT internacional de mobilizou exigindo um posicionamento dos diversos artistas que tem propriedades lá ou viajam muito para o país. Pouco mais de um mês depois, em 05 de abril de 2019, o Sultão, Hassanal Bolkiah revogou a lei de apedrejamento como forma de amenizar a

indignação internacional e manter a sua atividade turística e influência internacional pouco abalada (íbidem).

No Brasil a situação deste público não se diferencia tanto assim dos homossexuais de Brunei, em agosto de 2019 a maior revista, digital, de turismo LGBTQ, a GayCities publicou um artigo que aconselhava turistas LGBTQs a deixar de lado alguns países no planejamento de suas férias. A revista apresenta um ranking que classifica os países por ordem de hostilidade para com os LGBTQ. Algo que nos chamou a atenção foi o Brasil ocupar o posto de lugar mais perigoso para o público alvo daquela revista. O motivo de tal classificação é explicado por “in 2017, 445 people were reported to have died in anti-LGBTQ hate crimes; in 2018, statistics shows 167 trans people were murdered.” (RENZI, 2019). Dito isso, é necessário que busquemos um atenuante para a péssima imagem do Brasil no exterior e possamos atrair esse fluxo turístico.

A experiência adquirida pela corrente pesquisa viabiliza meios para a execução/elaboração de um Projeto de Gestão de Evento Turístico, que poderia, em tese, suprir todos os custos de elaboração e implantação, dado que o público alvo é o LGBTQ e estimasse que este corresponda à 6.5% da população global e tenha um poder de compra anual que se aproxima de US\$ 5.4 trilhões. Além disso, as “leisure travel by LGBT tourists has been highlighted as a high value tourism opportunity with travelers tending to spend 15% more per person, per day than their straight counterparts” (THURLOW, 2018, p. 10). A corrente experiência gera meios que garantem haver um público potencial para a Conferência estudada, caso esta seja trazida ao Brasil, levando a manutenção da economia local e distribuindo equilibradamente o lucro de acordo com o que seria proposto pelo gestor responsável.

Para a confecção desse relato de experiência de pesquisa unimos diversos segmentos do ramo turístico, desde a parte de gestão turística: ao familiarizar o pesquisador acerca do potencial econômico do turista LGBTQ e como ele influi positivamente na economia; até o social: ao ilustrarmos formas de fomento a arte e cultura LGBTQ, que se mostra muito influente, vide 03 de junho de 2018, onde milhões de pessoas lotaram a Avenida Paulista (São Paulo, SP), para a, já, tradicional parada LGBTQ. A comunidade LGBTQ se une há 22 anos para dar visibilidade a luta e resistência das pessoas LGBTQs. O Evento, hoje, está entre os mais importantes de São Paulo, e movimenta mais de 400 milhões de reais (G1 SP, 2018).

É percebido que a comunidade LGBTQ tem pouquíssimos megaeventos voltados para ela, a Parada do Orgulho LGBTQ de São Paulo é um exemplo. Segundo uma pesquisa realizada pelo Observatório do Turismo: o gasto médio do turista nesse evento cresceu 20% entre 2012 e 2016 passando de R\$ 1.272,00, para 1.502,91, sendo usado em despesas de hospedagem, alimentação, transporte e lazer (MTUR, 2018).

Segundo a Associação Brasileira de Indústria de Hotéis de São Paulo (ABIH-SP, sa), a rede hoteleira durante o evento ficou 90% ocupada, no Centro da Cidade. E tem-se a estimativa que essa ocupação tenha movimentado R\$ 2,4 milhões por dia. Além disso, foi arrecadado em Imposto Sobre Serviço (ISS), R\$ 60 milhões. Tais consequências da Parada do Orgulho LGBTQ, apotam um potencial sucesso na vinda do RuPaul's DragCon ao Brasil.

Acreditamos que este relato de experiência de pesquisa possa ser reaplicado para a análise da viabilidade de eventos internacionais semelhantes. Pois, neste, concluímos que a melhor forma de se adquirir entendimento sobre a possibilidade de uma RuPaul's DragCon no Brasil, seria analisando se o seu público alvo já estaria familiarizado com o conteúdo disponibilizado por tal evento. Desse modo, em caso de estudo sobre a (re)aplicabilidade de outro evento internacional voltado para minorias sexuais, de gênero e/ou étnicas; acreditamos que usando das mesmas metodologias, por nós usadas, será aferido se será possível, ou não.

O RuPaul's DragCon traz uma sustentabilidade econômica superior ao que é visto em eventos similares, pois tem um apelo direto a um público que por vezes é esquecido no marketing turístico, na página do evento da internet ele é trado como “o lugar para algumas das compras mais doentias! Compre arte, moda, perucas e muito mais!” (LANG apud NEVES; GOMES, 2018, p. 126). Para a comunidade LGBTQ estadunidense o evento ganhou um status de movimento social e não só de uma convenção de pessoas dissonantes do normativo. Isto é visto pelo seu crescimento exponencial, pois em 2015 teve a participação de 14 mil pessoas, em 2016 de 23 mil, e em 2017 de 40 mil pessoas (NEVES; GOMES, 2018).

O que torna esse evento singular é o fato de conectar muitas possibilidades interativas de experiência Drag, pois dentro de um mesmo piso estão dispostos estandes das personalidades, quase divinas, que só eram vistas em mídias sociais e Reality Shows. Toda a mecânica do evento, desde autógrafos à souvenirs, pressupõem um pagamento predecessor, algo que para a cultura norte americana valoriza o trabalho do artista, diferentemente do Brasil em que o

dinheiro dado ao artista drag pode significar desde compaixão até interpretação de sua arte enquanto pornográfica (SCHOTTMILLER, 2017).

Comandado pela Drag Queen que dá nome ao evento, RuPaul, o RuPaul's DragCon une um número enorme de drags, artistas queer, vendedores e fãs do Reality Show RuPaul's Drag Race. Schottmiller (2017) aponta que, quanto a receita do evento, houve um aumento considerável no valor dos ingressos de entrada no evento dos anos de 2015 e 2016 para o ano de 2017. Baseando-se nisto e no fato de os estandes das Drags ainda serem custeados por elas mesmas, é possível calcular que o RuPaul's DragCon “weekend potentially garners hundreds of thousands of dollars in ticket sales alone. When factoring in costs for travel, lodging, food, and shopping, the event can easily cost attendees hundreds to thousands of dollars” (SCHOTTMILLER, 2017, p. 190).

É percebido que a RuPaul's DragCon provém oportunidades para Drags acumularem capital financeiro e social, usando como método todo o marketing natural do Reality Show originário, o RuPaul's Drag Race. O acesso a essa plataforma de compartilhamento direto da arte e cultura LGBTQ, pode ser lido como impactante nos ganhos econômicos, no sucesso da performance do(a) artista e no aumento das vendas de produtos e serviços desse segmento (NEVES; GOMES, 2018).

A cultura de consumo gerada por RuPaul é bem incisiva e explícita, pois é de conhecimento geral de que os artistas que se apresentam durante o evento não são valorizados cotidianamente por sua arte. Assim, a relação entre o expositor e o cliente da DragCon é bem próxima. Quando na abertura do evento RuPaul diz “go down there, and get the stuff”, ela está estabelecendo uma conexão entre ídolo e fã, no qual a arte que media a relação entre os dois cria um aspecto identitário. Afinal, o dinheiro dos souvenirs não só ajuda a Drag a manter seu estande, como também lhe proporciona meios de continuar e aperfeiçoar a sua arte, ou seja, a arte Drag naquele cenário não pertence apenas ao artista, pois ela é gerada/financiada pelo contemplador (SCHOTTMILLER, 2017).

Para RuPaul, a RuPaul's DragCon é “a convention of people who understand how important it is to be yourself” (SCHOTTMILLER, 2017, p. 208). O evento converge diversas pautas identitárias – sexualidade, gênero, etnia e classe, pois abarca uma comunidade que é naturalmente muito diversa. Apesar disso, é importante ressaltar que, nos seus discursos,

RuPaul é polêmica quando o assunto é a Arte Drag, segundo ela Drag não poderia ser feita por uma mulher, pois, “Drag loses its sense of danger and its sense of irony once it’s not men doing it, because at its core it’s a social statement and a big f-you to male-dominated culture. So, for men to do it, it’s really punk rock, because it’s a real rejection of masculinity” (AITKENHEAD, 2018). Coisas assim afastam parte de seu público que é mais engajado em pautas sociais. Há de se considerar que RuPaul tem 59 anos é uma artista que começou o seu sucesso nas décadas de 1980 e 1990, e fez parte do cotidiano norte-americano apresentando programas vespertinos para a família. Ela não tem um repertório satisfatório para as ondas identitárias atuais, algo que lhe é cabido por sua idade e trajetória, mas que impacta negativamente na sua influência e comunicação para com o público LGBTQ.

No Brasil temos uma cena Drag tão expressiva quanto a estadunidense, Drag aqui vai além de somente o produto de uma reversão do gênero do artista, pois, como expõem alguns autores (AMANAJAS, 2015; PEREIRA, 2019; ZAMPERI, 2017) Drag é uma arte contestatória dos signos binários de gênero. Assim, vemos a expressão Drag brasileira como uma exaltação e exacerbção dos elementos, ditos, femininos, algo que ‘beira a indecência’ e tem um potencial ofensivo grande para algumas pessoas. Como uma arte de propósito contestador, e parte integrante do movimento queer, ela tem potencial de gerar no receptor um pertencimento.

Dentre as Drags mais influentes da cena nacional, temos Pablllo Vittar que em seus poucos anos de carreira já conseguiu mais sucesso online que RuPaul em toda a sua história. Drags como Pablllo perceberam, no Brasil, que as necessidades de seus públicos tinham como possível solução a união e, para tal, os trouxeram alternativas, por vias online, para encarar o sistema opressor moldado pelo machismo. A contraposição ao sistema se dá através das músicas de resistência e amor; dos pensamentos filosóficos revolucionários; e do humor escrachado feito para os oprimidos rirem e não seus algozes.

A Drag se conecta diretamente com a comunidade LGBTQ, por se afirmar enquanto parte integrante dela e sofrer represálias análogas as sofridas pelas pessoas transgêneras da sigla. É dado à Drag o papel de “formadora de opinião”, assim, caso esse artista exponha algum problema com algum produto ou serviço, o impacto pode ser grande. Não obstante, se há uma promoção, por parte da Drag, do lugar enquanto *LGBTQ friendly*, é possível que os fluxos sejam criados e/ou maximizados. Dado o potencial econômico dos LGBTQs é importante que

haja uma preocupação com o que é veiculado por essas Drags, pois seu repertório tem possibilidade de atrair ou repelir fluxos dessas minorias. Lançamos aqui que a melhor possibilidade é que sejam adotadas formas, não para a repressão de exposições negativas, e sim para proporcionar um ambiente salubre para todos os fluxos turísticos almejados.

Apesar das ponderações anteriores, não foi possível, durante a nossa pesquisa, estabelecer meios de conectar a RuPaul's DragCon aos seus possíveis impactos ambientais. Todavia, é expressivo que haverá um impacto social positivo para o turista LGBTQ que estrará em contato com seus semelhantes e terá um canal para mostrar um público leigo a sua arte nada tradicional.

A reaplicação deste estudo, de certo, gerará baixos custos, pois todo o processo de análise de dados e experiências individuais está disponível em portais acadêmicos e sites de acesso gratuito. Todavia, o custo da implementação do objeto em estudo é bem expressivo, pois envolve, além das questões estruturais, questões de licenciamento e marketing.

Pesquisas que aderem experiência teórica como esta, dependem em suma do seu desenvolvedor, ela pode ser facilmente alto gerida, pois seus processos e recursos de tomada de decisão obedecem a padrões pré-estabelecidos pelos parâmetros de pesquisa acadêmica e de viabilidade de produtos e serviços turísticos.

IMPLICAÇÕES PRÁTICAS E CONCLUSÕES: Depois desse tempo desempenhado na confecção dessa pesquisa foi apurado que é possível a importação do RuPaul's DragCon para o Brasil, e que muito provavelmente será de grande sucesso. Apesar do nosso viés, por muitas vezes, ser o econômico, aferimos que o papel de um evento dessa escala pode ser muito maior que umas centenas de milhares de reais. Concluímos que o impacto de festividades que celebram a igualdade de gêneros e sexualidades, podem contribuir para o aumento da visibilidade dada a este público marginalizado e, conseqüentemente, gerar apelo governamental para a manutenção dos direitos individuais de forma a equalizar para reduzir desigualdades.

No histórico das Paradas do Orgulho LGBTQ, vimos que a grande maioria foi sucedida pelo atendimento das reivindicações durante o evento. Um evento como o RuPaul's DragCon que celebra a cultura LGBTQ em sua veia mais artística, pode significar muito, não apenas para a comunidade LGBTQ interna, mas também para a atenuação das percepções negativas

estrangeiras. O Brasil tem o privilégio de ter uma cena Drag muito participativa e influente nas mídias sociais, temos como exemplo disso Pablllo Vittar que lidera o ranking mundial de Drag Queen mais seguida do Instagram.

Essa pesquisa no que diz respeito a análise de um evento internacional de minoria sexual e de gênero, se faz importante, pois vemos um crescente mundial de grupos minorizados por uma heteronorma. Na prática, potencialmente veremos ainda mais eventos desse nicho surgindo pelo mundo, e, dada a diversidade de sexualidades, classes, gêneros e etnias dentro do Brasil, nós [enquanto gestores de turismo] devemos nos atentar a um turismo que gera relações com o ambiente que vão além do lazer, ou seja, relações em que o turista se sinta parte do espaço e da comunidade que se insere, podendo compartilhar de suas dores e prazeres.

A RuPaul's DragCon movimentou o setor turístico norte-americano, pois seu potencial atrativo dentro do país é enorme, graças a ascensão da cultura LGBTQ e ao sucesso do programa televisivo que lhe deu origem, o RuPaul's Drag Race. Os participantes vão de todas as partes dos EUA e movimentam os setores de transporte, hotelaria, souvenirs e demais serviços turísticos. Além disso, por ser um evento para um nicho minoritário acaba aproximando a cultura LGBTQ dos leigos e humaniza essas figuras "exóticas", algo que seria de grande utilidade para os LGBTQs brasileiros.

Apesar, de todas as possibilidades e dados aqui levantados, ainda há muito para ser investigado para realmente trazer essa conferência ao Brasil, pois faltam dados específicos do evento, como oferta e demanda, algo que desafia uma consideração fidedigna do espelhamento de tal evento em território nacional. Entretanto, pudemos concluir que há uma desconsideração por parte do setor turístico, para com a demanda do fluxo turístico LGBTQ, e que a confecção de eventos similares ao RuPaul's DragCon no Brasil tem grande potencial socioeconômico, pois unem os eixos do sistema turístico com as singularidades da comunidade LGBTQ.

REFERÊNCIAS:

ABIH-SP. Parada LGBT movimentou turismo em São Paulo. Associação Brasileira da Indústria de Hotéis do Estado de São Paulo. São Paulo, 2017.

AITKENHEAD, Decca. RuPaul: 'Drag is a big f-you to male-dominated culture'. The Guardian. 3 de março de 2018. Disponível em: <<https://www.theguardian.com/tv-and-radio/2018/mar/03/rupaul-drag-race-big-f-you-to>

male-dominated-culture>. Acesso em: 14 de outubro de 2019.

AMANAJÁS, IGOR. DRAG QUEEN: um percurso histórico pela arte dos autores transformistas. Revista Belas Artes, São Paulo, n. 27, mai/ago 2018.

BROCK, J. Brunei says it won't enforce gay death penalty after backlash. Reuters. Londres, 2019. Disponível em: <<https://www.reuters.com/article/us-brunei-lgbt-sultan/brunei-says-it-wont-enforce-gay-death-penalty-after-backlash-idUSKCN1SB0FS>>. Acesso em: 30 de abril de 2019.

FERRAZ, Daniel et al. Etnografia Virtual: uma tendência para pesquisa em ambientes virtuais de aprendizagem e de prática. Escola de Comunicação e Artes – USP, São Paulo, 2009.

GEBERA, Osbaldo Washington Turpo. La netnografía: um método de investigación em Internet. EDUCAR, vol. 42. Pag. 81-93. Universitat Autònoma de Barcelona, Barcelona, 2008.

G1 SP. Público lota a avenida paulista para a 22ª Parada LGBT: Nem chuva e frio afastaram público, que veio com figurinos preparados. 2018. Disponível em: <<https://g1.globo.com/sp/sao-paulo/noticia/publico-comeca-a-chegar-na-avenida-paulista-para-a-22-parda-lgbt.ghtml>>. Acesso em: 28 de fevereiro de 2019.

GIL, Antonio Carlos. Como Elaborar Projetos de Pesquisa. ed.4. Editora Atlas, São Paulo, 2002.

MINISTÉRIO DO TURISMO. Turismo feito com diversidade. Brasília: 2018.

NEVES, Christopher Smith Bignardi; GOMES, Paulo Gabriel Ferreira Gomes. Turismo e Cultura Drag Queen: Um estudo sobre o evento RuPaul's DragCon. 15º Encontro Nacional de Turismo com Base Local. UFPB, Recife, 2018.

PEREIRA, Lívia. Que femininos são esses? : O “anti-camp” das drag queens brasileiras na música. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Anais... Belém, Pará, 2019.

RENZI, Dan. 5 places to avoid when planning a vacation (and some great alternatives). GayCities, Estados Unidos da América, agosto de 2019. Disponível em: < <https://www.gaycities.com/outthere/41254/5-places-to-avoid-when-planning-a-vacation-and-some-great-alternatives/>>. Acesso em: 16 de setembro de 2019.

SANTOS, Flávia Martins dos. GOMES, Suely Henrique de Aquino. Etnografia virtual na prática: análise dos procedimentos metodológicos observados em estudos empíricos em cibercultura. 7 Simpósio Nacional da Associação Brasileira de Cibercultura, UTP, Paraná, 2013

SCHOTTMILLER, Carl Douglas. Reading RuPaul's Drag Race: Queer Memory, Camp Capitalism, and RuPaul's Drag Empire. Dissertação de Doutorado em 'Philosophy in Culture and Performance'. Universidade da Califórnia, Los Angeles, 2017.

THURLOW, Claire. The Economic Cost of Homophobia. Peter Tatchell Foundation, Londres, 2018.

WORLD TRAVEL & TOURISM COUNCIL. Brazil 2020 Annual Research: Key Highlights. Reino Unido, 2020.

ZAMPERI, Giovana B. Diário das Drags: construção, desenvolvimento e experiências do universo queen. Trabalho de Conclusão de Curso de Bacharel em Jornalismo. FIAM-FIAAM, São Paulo, 2017.