

“APERTEM O CINTO QUE O CLOSE É GARANTIDO”: CONTRIBUIÇÃO DOS EVENTOS LGBT+ PARA A IMAGEM DE DESTINO AMIGÁVEL DE NATAL/RN

Mellyssa Layla Barbosa Damasceno¹

Adson de Lima Claudino²

Ricardo Lanzarini³

Lissa Valéria Fernandes Ferreira⁴

Resumo: Eventos LGBT+ caracterizam-se pelo agrupamento de pessoas em prol da celebração cultural e social de seus participantes, e por promover a igualdade e conscientização dos direitos desse grupo, movimentando fluxos turísticos. Natal, capital do Rio Grande do Norte, tem investido na captação/realização de eventos desse tipo, que historicamente tem se apresentado como um mercado promissor para o turismo da cidade. Através de uma pesquisa descritivo-exploratória, com abordagem qualitativa, este estudo concentrou-se em compreender a dinâmica do turismo LGBT+, a partir do evento Bloquíssimo: Festival da Diversidade, e da visão de produtores de eventos LGBT+ de Natal. Para o processo da coleta de dados utilizou-se de dois questionários *online* elaborados no *Google Forms*, sendo um destinado para representantes de entidades promotoras de eventos e o outro foi enviado para pessoas que tenham participado do Bloquíssimo no ano de 2022. A amostragem contou com 2 organizadores de eventos e 51 participantes do referido evento. A análise dos dados foi postulada a partir da técnica de análise de conteúdo por meio da categorização das respostas dos questionários. Os resultados da pesquisa apontam que eventos LGBT+ tendem a favorecer o crescimento do turismo na cidade, e, respectivamente, instaurar a perspectiva de destino amigável perante o público. Frente a isso, tem-se que os eventos LGBT+ em Natal advém como uma possibilidade de ampliar a oferta turística a partir do delineamento de estratégias para a sua expansão e consolidação. O estudo sugere novos vieses de pesquisa, os quais tendem a propiciar um avanço da literatura e uma maior compreensão sobre o tema.

Palavras-chave: Eventos LGBT+; Turismo LGBT+; Destino amigável; Natal/RN.

INTRODUÇÃO

As discussões que englobam indivíduos LGBT+⁵ (lésbicas, gays, bissexuais, travestis, transgêneros, queers, intersexuais e outros) tornaram-se frequentes, em virtude da notoriedade que este grupo vem adquirindo na atualidade, fruto de reivindicação, resistência e resiliência. No setor da prestação de serviços, campo este que contempla o mercado de

¹ Mestranda em Turismo pelo Programa de Pós-Graduação em Turismo da UFRN (PPGTUR/UFRN). Lattes: <http://lattes.cnpq.br/0575257115202884> E-mail: mellyssa_layla@hotmail.com

² Mestrando em Turismo pelo Programa de Pós-Graduação em Turismo da UFRN (PPGTUR/UFRN). Lattes: <http://lattes.cnpq.br/9281390806007447> E-mail: adsonlc@hotmail.com.

³ Doutor em Ciências Humanas com Pós-Doutorado em Lazer e Turismo. Professor Permanente do Programa de Pós-Graduação em Turismo (PPGTUR) e do Departamento de Turismo (DETUR) da UFRN. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/9857446311863232> E-mail: ricardo.lanzarini@ufrn.br

⁴ Pós-Doutorado em Comunicação Estratégica pela Universidade Autônoma de Barcelona. Doutorado em Administração de Empresas pela Universidade de Barcelona. Docente permanente do PPGTUR/UFRN. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/8015374156967844> E-mail: lissafferreira.iadb@yahoo.es

⁵ Não desconsiderando outras variações, a sigla LGBT+ é a forma convencionalmente adotada neste trabalho para se referir ao mercado turístico nacional e de eventos em Natal/RN.

turismo e de eventos, não é diferente, o público LGBTQ+ é tido como positivo aos negócios em virtude de suas características de consumo.

Segundo dados da Pesquisa Nacional de Saúde (PNS) divulgados pelo IBGE (2022), 2,9 milhões de pessoas acima dos 18 anos no país se declaram gays, lésbicas ou bissexuais, o que no ano de coleta (2019) esses números equivaliam à 1,8% da população adulta do Brasil. A pesquisa sobre orientação sexual foi realizada em 2019, sendo a primeira vez que se conseguiu dados aproximados sobre gays, lésbicas e bissexuais no país, sendo considerada de caráter experimental por ser uma primeira experiência e não constar ainda identidade de gênero, logo não podemos fazer uso da sigla LGBTQ+ ao relatar os dados oficiais.

O turismo LGBTQ+ vivencia um momento de ascensão no Brasil (SILVA; CARVALHO, 2020), demonstrando notória relevância para a economia das cidades e para o âmbito do entretenimento, do lazer e dos serviços (SANCHES; MANCINI; NASCIMENTO, 2011). O mercado turístico estimula o consumo de viajantes LGBTQ+, pois, na cadeia do turismo entende-se que esse público dispõe de uma renda maior do que o público heterossexual, com alto nível cultural, sendo considerado um consumidor potencial para o crescimento do turismo (NEVES, 2021a). No entanto, vale salientar que o perfil estereotipado do turista LGBTQ+ enquanto detentor de renda alta, facilidade de viajar e biotipo específico, advém de padrões oriundos da América do Norte e da Europa, os quais correlacionam esse público à sigla *DINKS – Double Income, No Kids*⁶, não sendo compatível com a realidade de indivíduos provenientes de outras regiões (NEVES, 2021b).

O público LGBTQ+, conforme Claudino, Costa e Cavalcante (2020) dispõe de ambientes direcionados ao seu perfil para desfrutar de lazer e entretenimento, tais como bares, casas noturnas, *pubs*, cafeterias, dentre outros, em decorrência da crescente demanda e de empresas focadas nesse nicho. O setor de turismo LGBTQ+ em 2017, apresentou um crescimento de 11% no país, enquanto o turismo doméstico ficou com 3,5%, segundo pesquisa realizada pelo SEBRAE em 2018, além do alto potencial de consumo desse público, onde no Brasil chega aos números de R\$ 418,9 bilhões de acordo com um estudo feito pela consultoria norte-americana *Out Leadership* e divulgado no Fórum de Empresas e Direitos LGBTQI+ em 2017.

Um estudo desenvolvido pela IGLTA (Associação Internacional de Turismo LGBTQ+) e veiculada pela PANROTAS em 2021, mostrou que no cenário pós pandemia cerca de 60% do público LGBTQ+ tinha a intenção de viajar no ano de 2021, a coleta foi

⁶ Dupla renda, sem filhos (NEVES, 2021b)

realizada entre março e abril de 2021 com viajantes LGBTQ+ ao redor do mundo, as viagens de curta duração foram cotadas como prioridade para os primeiros seis meses do ano, já quando se tratava de eventos e festivais LGBTQ+ a porcentagem de 56% de interesse em participar foi maior entre os brasileiros, dado este que potencializa a importância do segmento de eventos para o turismo nacional.

Para além do turismo, outro mercado que se beneficia com o aumento da demanda LGBTQ+ e com as receitas geradas por este público é o setor de eventos, o qual amplia seus serviços e por meio de organizações passa a realizar acontecimentos voltados para esse mercado em expansão (NASCIMENTO, 2014). Eventos focados neste público adquirem notoriedade, pois é no momento da realização destes acontecimentos que os LGBTQ+ podem encontrar e interagir com seus semelhantes, compartilhando de experiências através de sua cultura (SANCHES; MANCINI; NASCIMENTO, 2011)

Eventos com ênfase no público LGBTQ+ apresentam-se enquanto meio de ativismo e dimensão de política espacial para tais personas (SILVA; CARVALHO, 2020; VOROBJOVAS-PINTA; FONG-EMMERSON, 2022) e como alternativa de movimentar a atividade turística (NASCIMENTO, 2014; SILVA; CARDOSO; SOUSA, 2018). Sendo os eventos do Orgulho, alguns dos mais emblemáticos nessa perspectiva, estando o Brasil como sede de uma das paradas mais relevantes do mundo.

A Parada do Orgulho LGBTQ+ de São Paulo é a mais representativa do país (NEVES, 2021a), sendo considerada uma das maiores do mundo (SOUZA; SANTOS, 2020). Segundo dados do Observatório de Turismo da cidade de São Paulo (2022) no ano de 2022, mais de 40% dos participantes do evento eram turistas, resultando em uma ocupação de mais de 70% nos meios de hospedagem durante o período de sua realização, havia pessoas vindas da capital paulista, de outros estados brasileiros e de países como Argentina e Estados Unidos. Os resultados da Parada do Orgulho LGBTQ+ de São Paulo fomentam a importância desse evento não só para a comunidade LGBTQ+ como também para a economia, onde o gasto médio do turista na cidade chegou aos R\$1.800,00 por pessoa, uma média de 15% a mais do valor gasto no ano de 2019.

Ainda segundo os resultados da pesquisa supracitada, 100% dos entrevistados concordaram que a realização do evento é importante para a imagem turística da cidade. Sendo assim, em decorrência das contribuições significativas destes eventos para os destinos que os promovem, segundo Hahm, Ro e Olson (2017) há um evidente e crescente interesse por parte da gestão de destinos turísticos em realizar eventos LGBTQ+.

Partindo desses pressupostos, tem-se observado em Natal, capital do Rio Grande do Norte, uma crescente promoção de eventos para o público LGBTQ+, alguns com características de festivais com dois a três dias de duração, o que tende a influenciar na estadia e na circulação desse público no destino, resultando no favorecimento da circulação do chamado “Pink Money”, termo que surgiu no final da última década para representar o potencial de consumo do público LGBTQ+ e a movimentação econômica proveniente do seu poder de compra (OSORIO; HENZ, 2018).

Tendo em vista o potencial de Natal/RN na adesão e no desenvolvimento de eventos desse tipo, como, por exemplo: Bloquíssimo, Carnatal, Réveillon Santé, Segue o Baile, Parada LGBTQ+ dentre outros, a problemática a seguir emerge como o pontapé para a realização deste estudo, sendo: Eventos com foco no público LGBTQ+ contribuem para a dinâmica do turismo LGBTQ+ em Natal/RN?

Nascimento (2014) já salientava a necessidade de se criar espaços para eventos amigáveis com ênfase no público LGBTQ+ em Natal/RN, de modo a ampliar a oferta de serviços de lazer destes indivíduos e na implementação, periódica, de paradas do orgulho na cidade. Nesse sentido, a presente pesquisa visa compreender a dinâmica do turismo LGBTQ+, a partir do evento Bloquíssimo: Festival da Diversidade, e da visão de produtores de eventos LGBTQ+ de Natal/RN.

Os demais tópicos do presente trabalho contemplam a revisão de literatura, constituída pelas temáticas de Turismo LGBTQ+, Destinos Amigáveis e Imagem *LGBTfriendly* e Eventos LGBTQ+. Mais à frente, apresentam-se os métodos empregados na pesquisa, a discussão dos resultados alcançados e encerra-se com considerações finais, limitações do estudo, sugestões para pesquisas futuras e referências bibliográficas.

REFERENCIAL TEÓRICO

TURISMO LGBTQ+

A atividade turística pode ser vislumbrada como um meio propulsor de diversidade cultural. Frente a isso, o entendimento sobre gênero e sexualidade amplia as discussões referentes a um grupo que por longos períodos foi reprimido e deixado à margem, posicionando-o no mercado, sobretudo o turístico, como um nicho relevante e próspero (SILVA; CARVALHO, 2020). A luta pelos direitos da população LGBTQ+, embora já

ocorressem por diversas partes do mundo, foi especialmente mobilizada a partir de junho de 1969, em que ocorreu uma violenta ação policial no bar *Stonewall Inn*, em Nova York, majoritariamente frequentado por homossexuais, sendo o pontapé para resistência e luta global contra o preconceito de gênero e orientação sexual que reverberaram na atividade turística (NEVES, 2021b), principalmente pela proliferação de eventos como a Parada do Orgulho LGBTQ+, impactando positivamente diversos destinos turísticos desde os anos de 1980.

O turismo direcionado ao consumidor LGBTQ+ pressupõe a viabilidade de experimentação de sexualidades distintas, a possibilidade de interagir com pessoas semelhantes em destinos e/ou evento que viabilizem a sociabilidade, a diversão e a segurança, e, se caso queiram, formar pares (SANCHES et al., 2011). Conforme Neves (2021a) o turista LGBTQ+ busca em suas viagens experiências que permeiam o prazer, o consumo e o descanso por meio de produtos e serviços personalizados.

A demanda LGBTQ+ pelo usufruto da atividade turística é crescente, sendo perceptível por destinos e empresas do ramo, mas sobretudo, tais consumidores buscam por localidades que possuem leis de igualdade que os assegurem, onde possam sentir-se livres e à vontade, sem deixar de lado a prestação de produtos e serviços turísticos que atendam seus desejos e necessidades (OSORIO; HENZ, 2018; SILVA; CARVALHO, 2020).

Ram, Kama, Mizrachi e Hall (2019) atestam que a identificação de destinos que recebem turistas LGBTQ+ pode acontecer de maneira mais visível por todos os viajantes, através de bandeiras de arco-íris ou triângulos cor-de-rosa, ou de forma mais discreta, distante do grande público, em espaços que concentram, majoritariamente, estabelecimentos LGBTQ+, além disso, destinos que são favoráveis aos turistas LGBTQ+ satisfazem esse público positivamente.

Com o crescimento da movimentação turística de viajantes LGBTQ+ e da necessidade de empreendimentos que possam ofertar produtos e serviços apropriados para essa demanda, surge o termo *gay-friendly*, para contemplar ambientes em que esse público possa sentir-se acolhido, seguro e respeitado (SILVA; CARVALHO, 2020). Para que seja considerado *gay-friendly*, um empreendimento deve ultrapassar a prerrogativa de apoio ao movimento, este deve possuir em seu quadro de colaboradores pessoas LGBTQ+, dispor de políticas que garantam seu bem-estar, treinamento específico para esses grupos e outras ações que legitimem a experiência do consumidor e da equipe LGBTQ+ (SILVA; CARVALHO, 2020).

Contudo, o termo reflete a hegemonia masculina, mesmo que homossexual, e machista, que desconsidera os demais grupos que integram a luta por direitos e seu referido nicho de mercado. Por isso, adotamos o termo *LGBTfriendly* com o mesmo sentido, mas de forma mais inclusiva.

É comum, também, empresas que adotam o termo apenas para se beneficiar economicamente através desse público (SILVA; CARVALHO, 2020), por meio do *pink money*. O *pink money* representa o interesse financeiro de organizações no poder de compra do público LGBT+, visto que tais indivíduos podem corroborar para os lucros de uma empresa (SOUZA; SANTOS, 2020)

Neves (2021b) dedicou-se a compreender o perfil de consumo de turistas *gays* e bissexuais masculinos brasileiros, seus resultados apontam que esses indivíduos identificam como atributos pertinentes ao visitar uma destinação turística: belezas naturais e/ou cenas; diversidade cultural e de pessoas de uma localidade; oferta de atividades artísticas e culturais e destinos com imagem *LGBTfriendly*. À vista disso, o autor salienta que, na visão da maioria dos participantes do estudo, localidades com uma imagem turística *LGBTfriendly* possuem influência na tomada de decisão da viagem.

A implementação de destinos e empresas *LGBTfriendly* advém a partir da necessidade de permitir que esses grupos se apropriem de espaços públicos e privados, de modo a promover inclusão social e a diversidade sexual (SILVA; CARVALHO, 2020). A correlação entre localidades turísticas e ambientes *friendly* pode ser ambígua, para a gestão local ela é benéfica, pois pressupõe a promoção do destino e chegada de visitantes que tendem a beneficiar a economia e dinamizar a região, por outro lado, para os munícipes o fato de uma localidade receber e acolher o público LGBT+ pode reverberar na exclusão social e, quem sabe, em violência (SILVA; CARVALHO, 2020).

DESTINOS AMIGÁVEIS E O FORTALECIMENTO DA IMAGEM *LGBTFRIENDLY*

Quando se trata de destinos turísticos, os turistas tendem a procurar cidades que sintam mais simpatia, com o público LGBT+ não é diferente (RAM et al., 2019). Estes buscam por destinos que contenham espaços, acomodações e eventos que atendam às suas demandas, onde as relações sociais sejam predominantemente respeitadas, com acolhimento e garantias de segurança física e emocional.

A reputação *LGBTfriendly* tem relação direta com o consumo, pois a imagem que o turista tem de um destino é o fator crucial que determina a escolha (CARVALHO et al., 2015). A *Community Marketing & Insights* (2019) afirma que 80% dos participantes do seu estudo sobre as características dos consumidores LGBT+ ao redor do mundo, qualificam a simpatia de um destino LGBT+ importante no momento de escolher roteiros de férias.

Foucault (1984) já afirmava que a construção dos espaços também acontece a partir da sexualidade, ao apresentar que as estruturas sociais são intermediárias das relações de poder que se expressam nos espaços e nas práticas cotidianas. Nessa perspectiva, os dilemas de sexualidade estendem-se da esfera privada para os espaços públicos.

O segmento de turismo *LGBTfriendly* consiste na especialização do atendimento e bem-receber à essa demanda específica, na busca de evitar preconceitos e segregação social devido às divergências impostas pela heteronormatividade que impera sobre a moral social, a uma orientação sexual (HOFFMANN et al., 2018). Nesse sentido o conceito *LGBTfriendly* está associado a promover a satisfação e expectativas de um público em específico que é o LGBT+, e que no contexto empresarial, se trata de uma certificação de qualidade dos serviços em empreendimentos e atrativos turísticos (SANTOS, 2016).

A partir dessa conjuntura, muitos destinos têm se esforçado para se tornar “amigável” a esse perfil de consumidores, já que estes possuem uma característica de fidelidade aos produtos e serviços que se afirmam favoráveis a eles, ou seja, a construção da relação amigável com esse público envolve a lealdade e fidelidade desses consumidores entre os destinos e seus produtos (RO; KHAN, 2022). De acordo com uma pesquisa realizada pela *Harris Interactive* (2011), 71% dos usuários LGBT+ declararam a intenção de permanecer consumindo marcas que acreditam ser *LGBTfriendly* e seguem defendendo as causas da comunidade LGBT+, mesmo que sejam um pouco mais caras para eles.

O setor de eventos tem contribuído para o fortalecimento de destinos *LGBTfriendly* em diversos países, onde grandes eventos e festivais atraem esse público fortemente em detrimento da confiabilidade proposta, além da conjuntura geral do destino como um todo, quando um destino possui atrativos e serviços que passam confiança para a comunidade LGBT+, o potencial competitivo aumenta, gerando também um crescimento de turistas que buscam interação entre os mesmos. No Brasil, os destinos considerados *LGBTfriendly* são: São Paulo, Rio de Janeiro, Recife, Fortaleza, Parati e Fernando de Noronha, segundo a Associação Brasileira de Turismo GLS (2012 apud SANTOS, 2016, p. 13).

O fortalecimento do destino *LGBTfriendly* a partir da promoção de eventos pode se dar através dos atrativos locais, que já tenham uma boa consolidação e reputação amigável com o mercado LGBT+ como os meios de hospedagem, por exemplo. Em pesquisa realizada pela *LGBT Travel Market* (2018) o movimento econômico na hotelaria em 2018 chegou a US\$218,7 bilhões em uma escala global, e o Brasil atingiu a segunda maior receita com US\$26.8 bilhões, ou seja, esses fatores podem motivar a escolha de destinos para a realização de eventos e compreende-se que os eventos são acontecimentos programados a partir de muito planejamento e pesquisas, com o intuito de atingir um objetivo (SOUZA; SANTOS, 2020) seja ele o público ou a consolidação de uma produção específica.

EVENTOS LGBT+

Eventos compreendem a aglomeração de pessoas em prol de finalidades e objetivos específicos, eles contemplam entretenimento, experiência, lazer e o consumo de bens e serviços. Suas características e tipologias mudaram ao longo do tempo, como respalda Knupp, Lescura, Navarro e Condé (2021) eles moldaram-se aos anseios da humanidade, adquirindo diferentes características e propósitos, sendo responsáveis na atualidade por favorecer a atividade turística e promover benefícios culturais, sociais e econômicos para as cidades.

Diante da gama de tipologias de eventos, os festivais adquirem notoriedade em virtude da diversidade de atividades artísticas, culturais e sociais que estes dispõem e de suas contribuições nas localidades que os sediaram. Os festivais são responsáveis por atrair fluxo turístico, mobilizar o mercado turístico e corroborar no desenvolvimento local, ademais, a escolha da localidade em que será realizado o festival reverbera na percepção do público sobre o destino (KNUPP *et al.*, 2021).

Os eventos estão intrínsecos ao cotidiano das pessoas, no que tange o público LGBT+, este detém, assim como qualquer outro público, o anseio em celebrar a vida por meio dos eventos, logo, casamentos, bailes, aniversários dentre outros, devem atender esta demanda e suas expectativas (NASCIMENTO, 2014). Desta forma, a realização de eventos voltados ao público LGBT+ emerge como campo promissor e relevante para esses grupos e para a ampliação do setor.

Eventos LGBT+ reúnem diferentes pessoas para celebrar a diversidade sexual, promover a igualdade e ampliar a conscientização acerca dos direitos de grupos LGBT+,

sendo festivais culturais, festivais de filmes e/ou de músicas, alguns exemplos desses acontecimentos (NEVES, 2021b). Para Vorobjovas-Pinta e Fong-Emmerson (2022) e Silva e Carvalho (2020), eventos com foco em LGBTQ+ são vistos como espetáculos que fomentam e resguardam valores, ideais, costumes, expressões e identidades do público, sendo permeados por sentimentos e tradições específicas desse grupo, exprimem emoção, identidade e cultura.

Eventos LGBTQ+, principalmente as Paradas do Orgulho, evoluíram ao decorrer do tempo podendo ser considerados um momento de reflexão social e política e forma de conectar pessoas, de modo a reconhecer e celebrar as diferenças entre os indivíduos (MARKWELL; WAITT, 2009; RAM et al., 2019). Conforme menciona Vorobjovas-Pinta e Fong-Emmerson (2022), eventos LGBTQ+ remontam às marchas de protestos políticos que lutavam por direitos desses indivíduos.

Protestos, comícios ou eventos culturais são emblemáticos para pessoas LGBTQ+, visto que é possível expressarem suas identidades (HAHM; RO; OLSON, 2017). Ademais, eventos desse tipo reivindicam a aceitação e a inclusão dessas pessoas nas esferas culturais, sociais, políticas e públicas, de modo que a sua cultura seja respeitada e à estas pessoas seja concedido o espaço público que lhes é de direito (SILVA; CARVALHO, 2020; VOROBJOVAS-PINTA; FONG-EMMERSON, 2022).

As Paradas do Orgulho LGBTQ+, sediadas em diversas cidades ao redor do mundo, são os eventos mais emblemáticos e influentes do segmento, contribuindo para as receitas do turismo (ZHOU; WU; FILEP; WEBER, 2021). No que tange a produção de eventos para o público LGBTQ+, estes devem ser inovadores e criativos para que sejam atrativos, uma vez que tais consumidores acompanham as tendências do entretenimento, da cultura e do lazer (SOUZA; SANTOS, 2020).

A depender da intenção da entidade promotora, das atrações escolhidas e dos participantes, um evento LGBTQ+ pode ser capaz de constituir uma localidade, celebrar um grupo ou o todo e atrair turistas (MARKWELL; WAITT, 2009). Segundo Guaracino e Salvato (2017), um evento LGBTQ+ bem-sucedido é de interesse de seus promotores e de entidades de marketing de destinos, visto que cidades que recebem esse público e seus eventos, são caracterizadas como inovadoras e modernas na visão do público em geral, destarte, sabe-se que sediar eventos LGBTQ+ tende a influenciar na imagem de um local (PRENTICE; ANDERSEN, 2003).

Ao analisar vinte relatórios anuais entre 2010 e 2019 de eventos LGBTQ+ significativos da Austrália, Vorobjovas-Pinta e Fong-Emmerson (2022) identificaram temas

emergentes na realização desses acontecimentos. Os autores apontam que na produção desses eventos havia: a pretensão, por parte dos organizadores, de torná-los atrações turísticas; o objetivo de vislumbrá-los como uma ferramenta de apoio e suporte ao público LGBTQ+; desafiar prerrogativas sociais e políticas de esfera pública correlacionadas ao movimento; estimular a educação referente à cultura e às pessoas LGBTQ+ e; incluir demais grupos marginalizados nas atividades dos eventos, como, por exemplo, refugiados.

Os resultados acima corroboram com a literatura e com teóricos que já salientaram algumas características dos eventos LGBTQ+, tais como o intuito de comunicar e conectar o público LGBTQ+ (MARKWELL; WAITT, 2009), atuar como agente de transformação social (VOROBJOVAS-PINTA; FONG-EMMERSON, 2022) e possibilitar o fortalecimento de vínculos entre os participantes e na construção de identidade social (ZHOU et al., 2021).

Em concordância, Hahm, Ro e Olson (2017) buscaram examinar as percepções de participantes LGBTQ+ em um evento para este público, especificamente, os autores buscaram analisar os vínculos afetivos com o evento e com demais usuários e o nível de satisfação dos respondentes. Seus achados apontam que o sentimento de pertencimento ao grupo LGBTQ+ e com o evento reverbera na satisfação com o mesmo e no interesse de retornar e indicá-lo para outras pessoas.

Nesse sentido, entende-se os eventos voltados ao público LGBTQ+ como acontecimentos que visam o entretenimento, a consciência social e política e, sobretudo, a busca por igualdade e respeito frente à uma sociedade preconceituosa e machista. Logo, tendem a ser eventos criativos, artísticos e repletos de representatividade e simbologia para seus participantes.

METODOLOGIA

No tocante ao referido estudo, as características metodológicas caracterizam-no como sendo de caráter exploratório e descritivo, com abordagem qualitativa, seguindo preceitos de raciocínio indutivo. É uma pesquisa descritiva-exploratória, pois visa realizar um levantamento das características de eventos voltados para o público LGBTQ+ em Natal, a partir das percepções e vivências de atores relacionados com estes. E, assim, estabelecer relação com o desenvolvimento do Turismo LGBTQ+ e promoção do destino Natal/RN como amigável para esse nicho de mercado.

É um estudo qualitativo, pois como mencionado por Menezes et al. (2019) esta abordagem impõe importância na interpretação do pesquisador sob os dados, visto que não se trata apenas de dados fechados e lógicos, mas de informações que tendem a revelar novos atributos se analisados de maneira subjetiva, com ênfase na natureza do objeto de estudo. Além disso, o estudo apresenta uma perspectiva indutiva, pois parte de prerrogativas particulares para estabelecer resultados generalizados acerca do campo de estudo.

No que diz respeito à amostragem da pesquisa, optou-se pela não-probabilística por conveniência, uma vez que permitiu uma maior familiaridade entre os pesquisadores e os participantes do estudo. Sendo assim, buscou-se estabelecer contato com agentes envolvidos na produção e organização de eventos destinados aos indivíduos LGBTQ+ em Natal, obtendo dois representantes de empresas que atuam nesse segmento. O Participante 01 esteve envolvido na produção do Bloquíssimo: Festival da Diversidade, por sua vez o Participante 02 representa a organização ligada à produção dos eventos: Carnatal, Réveillon Santé e Bloquíssimo.

Além disso, a amostra da pesquisa é constituída por pessoas que participaram do Bloquíssimo em 2022. A escolha por usuários do referido evento deu-se em detrimento de familiaridade ao acesso a esses indivíduos e optou-se por ele devido a sua representatividade para o mercado de eventos LGBTQ+ em Natal e na região, em virtude da dimensão que vem adquirindo, ao ampliar o público e patrocinadores e atrair demanda de outras cidades. Trata-se de um evento que conta com apoio da Prefeitura Municipal do Natal e frequentemente é realizado na Arena das Dunas (TRIBUNA DO NORTE, 2022).

No processo da coleta de dados utilizou-se de, conforme especifica Severino (2013), fontes bibliográficas (artigos científicos, teses e dissertações), consultadas via *Google Scholar*, Periódicos CAPES e Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações e fontes documentais (relatórios de pesquisas, conteúdo audiovisual, vídeos). Estes materiais contribuíram para o delineamento dos alicerces teóricos do estudo e para a delimitação das categorias de análise implementadas nos instrumentos de coleta dos dados.

Para a coleta de dados, utilizou-se de dois questionários *online* criados a partir da ferramenta *Google Forms*, optou-se por aplicá-los de maneira virtual em virtude de otimizar o contato com aqueles que aceitaram contribuir com o estudo. Segundo Severino (2013), o questionário contempla inquietações sistemáticas que visam esclarecer e reunir dados escritos acerca do objeto de estudo, sob a visão dos participantes da coleta.

O primeiro questionário, destinado para organizadores de eventos de Natal/RN dispunha de sete perguntas abertas (ver quadro 01), foi encaminhado via *link* para os respondentes e esteve disponível para respostas entre os dias 26 de setembro de 2022 até 10 de outubro de 2022. Ressalta-se que neste instrumento os respondentes tiveram acesso ao TCLE (Termo de Consentimento Livre e Esclarecido), de modo a assegurá-los sobre a confidencialidade dos dados e foram indagados sobre o interesse em dar prosseguimento nas respostas. Na sessão correspondente aos resultados, ambos os participantes serão identificados por “Participante 01” e “Participante 02”.

QUADRO 01 - QUESTIONÁRIO APLICADO COM ORGANIZADORES DE EVENTOS DE NATAL/RN

É possível categorizar o público que mais consome os eventos produzidos pela organização? Se sim, quais os públicos?
Você acha que eventos voltados diretamente para o público LGBT+ em Natal estão em alta e têm adesão? Por quê?
Existe alguma estratégia nos eventos que você produz para atrair o público LGBT+? Se sim, quais?
Você considera esse público com participação ativa nos eventos? De quais formas?
Na sua opinião, como esses eventos contribuem para o desenvolvimento de um turismo LGBT+ em Natal?
Qual a contribuição social de inclusão para o público LGBT+ que esses eventos podem promover?
Você considera que o seu evento é capaz de movimentar o fluxo turístico para a cidade de Natal e, induzir uma imagem de destino amigável ao turista LGBT+?

Fonte: Elaborado pelos autores (2022).

Por conseguinte, o questionário enviado para participantes do Bloquíssimo: Festival da Diversidade, continha 10 questões fechadas (ver quadro 2), oito eram de múltipla escolha baseadas em cinco critérios de concordância, variando de “Concordo Totalmente” até “Discordo Totalmente”. Ao final, havia questionamentos acerca da caracterização socioeconômica dos indivíduos.

QUADRO 02 - QUESTIONÁRIO APLICADO COM PARTICIPANTES DO BLOQUÍSSIMO

QUESTÕES DE PESQUISA	ALTERNATIVAS DE RESPOSTAS
Eventos voltados diretamente para o público LGBT+ em Natal/RN estão em alta	Concordo Totalmente Concordo Parcialmente Indiferente Discordo Parcialmente Discordo Totalmente

O que te faz participar de um evento desse tipo?	Sensação de segurança; Semelhança entre os pares; Atrações; Custo-benefício; Liberdade para se expressar; Diversão e sociabilidade; outros
Eventos LGBTQ+ reúnem diferentes pessoas para celebrar a diversidade sexual, promover a igualdade e ampliar a conscientização acerca dos direitos de grupos LGBTQ+	Concordo Totalmente Concordo Parcialmente Indiferente Discordo Parcialmente Discordo Totalmente
Natal/RN é um destino amigável para o público LGBTQ+	Concordo Totalmente Concordo Parcialmente Indiferente Discordo Parcialmente Discordo Totalmente
O Bloquíssimo é um evento que motiva o público LGBTQ+ a vivenciar as experiências promovidas por ele	Concordo Totalmente Concordo Parcialmente Indiferente Discordo Parcialmente Discordo Totalmente
O Bloquíssimo permite trocas culturais e sociais entre os participantes, promove a inclusão do público LGBTQ+ e cria um ambiente de celebração e pertencimento aos envolvidos no evento	Concordo Totalmente Concordo Parcialmente Indiferente Discordo Parcialmente Discordo Totalmente
O Bloquíssimo contribui para o desenvolvimento de um turismo LGBTQ+ em Natal	Concordo Totalmente Concordo Parcialmente Indiferente Discordo Parcialmente Discordo Totalmente
Você viajaria para um destino para participar de um evento LGBTQ+?	Sim Não
O Bloquíssimo é capaz de movimentar fluxo turístico para a cidade de Natal e, induzir uma imagem de destino amigável ao turista LGBTQ+	Concordo Totalmente Concordo Parcialmente Indiferente Discordo Parcialmente Discordo Totalmente
Eventos com foco no público LGBTQ+, assim como o Bloquíssimo, favorecem a imagem de Natal como um destino amigável para o turista LGBTQ+	Concordo Totalmente Concordo Parcialmente Indiferente Discordo Parcialmente Discordo Totalmente

Fonte: Elaborado pelos autores (2022).

Neste instrumento havia uma pergunta filtro, a qual delimita que o respondente havia participado do evento no ano de 2022, das 52 respostas obtidas, apenas 1 foi invalidada. O *link* de acesso ao questionário esteve disponível pelo período de 26 de setembro de 2022 até 10 de outubro de 2022 e foi encaminhado via redes sociais (WhatsApp, Instagram e Twitter) para pessoas que os pesquisadores tinham conhecimento que haviam participado do evento.

Para o processo de análise dos dados, optou-se pelo uso da análise de conteúdo. As categorias empregadas nesse processo correspondem à: eventos LGBTQ+ como acontecimentos dinamizadores, criativos e de cunho sociocultural; eventos LGBTQ+ como otimizadores da atividade turística e; eventos LGBTQ+ como instrumentos contribuintes para a imagem amigável de destinos turísticos. Essa classificação decorre da literatura utilizada ao decorrer do artigo, a qual subsidiou a escolha das referidas categorias de análise.

As respostas dos questionários preenchidos pelos representantes das entidades organizadoras de eventos, foram transcritas e buscou-se analisar tematicamente as percepções dos respondentes com nas categorias supracitadas, por sua vez, trechos em específicos foram classificados como condizentes ou não com a literatura. Já os questionários respondidos pelos participantes do Bloquíssimo, por dispor de respostas mais fechadas, as indagações foram feitas com base nas categorias de análise, de modo a evidenciar o grau de concordância deles com as mesmas. Isto possibilitou averiguar o quão próximo a empiria está do conhecimento científico.

O processo da análise de conteúdo possibilitou ainda, inferir questionamentos e estabelecer conexão com outras variáveis, uma vez que a análise mais semiótica e subjetiva, reverberou em percepções mais abrangentes e sistemáticas. Os resultados da pesquisa e as discussões encontram-se na sessão seguinte.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

A discussão inicial contempla a perspectiva dos representantes das promotoras de eventos que realizam eventos LGBTQ+ em Natal. A pergunta inicial versava sobre qual seria o público que mais consome os eventos produzidos por tais empresas, segundo o Participante 02 “[...] os homens gays são os que mais consomem os eventos que a gente produz”. Por sua vez, o Participante 01 comenta que a faixa etária do público varia entre 18 e 35 anos – sem especificação da orientação sexual ou identidade de gênero.

Por conseguinte, foram questionados se acreditam que os eventos LGBTQ+ estão em alta em Natal, as respostas evidenciam traços que se distanciam, mas corroboram entre si no que diz respeito a necessidade de promover de maneira mais assertiva esse setor e atrair cada vez um número maior de usuários.

“Estaria “em alta” se houvessem mais, na verdade abrimos portas para outros que estão acontecendo pelo Nordeste. Natal tem uma alta adesão sim e poderia ter mais se houvesse mais apoio do governo e de iniciativas privadas” (PARTICIPANTE 01, 2022).

O Participante 02 argumenta que o segmento se encontra em alta, mas complementa que para a efetivação desses acontecimentos em Natal é importante obter público oriundo de capitais vizinhas e/ou de outras localidades do país, de modo a garantir uma alta adesão capaz de custear todo o evento. Caso não seja possível captar esses participantes, tais eventos tendem a adquirir incentivos culturais promovidos por entidades locais ou patrocínios de outras esferas e empresas.

Posteriormente foram indagados se na produção desses eventos há estratégias específicas para atrair consumidores compatíveis à proposta do evento. Para o Participante 02 a grade de atrações comunica que o evento é voltado para esse público, logo, esta seria uma das estratégias utilizadas para atrair potenciais clientes, outras estratégias contemplam o uso de influenciadores locais e regionais; estratégias socioambientais (como doação de alimentos; lista *free* para pessoas trans e lista *free* para PCD), visto que segundo a fala do referido participante, o público responde bem à essas prerrogativas.

“Eu não falaria estratégia, mas eu falo na forma de comunicar com o público e por ter um propósito. Falando de Bloquissimo, não é só uma festa ou um evento, é um manifesto, nós temos um propósito é isso faz com que o público se sinta atraído pelo festival” (PARTICIPANTE 01, 2022)

A questão seguinte indagava se estes acreditavam que o público LGBT+ era ativo na participação de eventos voltados para eles. Conforme dito pelo Participante 02, este é um público mais exigente do que o heterossexual, pois se preocupa com questões sociais e ambientais, compromete-se com o evento, e como dito pelo respondente “veste a camisa do evento” e nas redes sociais são bem engajados, o que tende a beneficiar a relação do evento com o participante.

A fala acima assemelha-se ao que Claudino et al. (2020) comenta sobre o fato do consumidor LGBT+ ser exigente e prezar pela qualidade de produtos e serviços. Desta forma, tem-se um perfil de consumidores que se envolvem com aquilo que lhes é ofertado, deposita expectativas e dinheiro e ao final, deseja que suas necessidades sejam supridas.

“Existe uma “carência” de eventos voltados pro público LGBTQIAP+, é um público que tem um potencial financeiro enorme e está sempre buscando eventos de qualidade” (PARTICIPANTE 01, 2022)

Posteriormente, foram questionados acerca de como esses eventos contribuem para o desenvolvimento de um turismo LGBTQ+ em Natal. A partir do que foi dito pelos respondentes, é notório que a cidade trabalha o segmento, mas ainda precisa desenvolver aspectos que possam otimizar a consolidação do turismo LGBTQ+ na região.

“O Turismo LGBTQIAP+ é muito forte em todo o país, ele só não é “explorado” da forma certa aqui em Natal. Os hotéis e vários restaurantes não tem preparo pra receber turistas gay, lésbica ou trans...dentre os outros. Os eventos contribuem mas sabemos que poderia ser bem melhor. Não há nenhuma campanha de estímulo para o público” (PARTICIPANTE 01, 2022)

“O Rio Grande do Norte já tá no radar, eu diria até que mundial, do turismo LGBTQ, e Natal vem crescendo cada vez mais [...] eventos como esses com certeza vem solidificando Natal como um polo LGBTQ a nível nacional” (PARTICIPANTE 02, 2022)

Conforme salientam alguns teóricos (OSORIO; HENZ, 2018; SILVA; CARVALHO, 2020), o público LGBTQ+ que anseia pela vivência da atividade turística é crescente, o mercado já vislumbra esse potencial, mas não o capacita, nem o consolida. Diante das falas acima, observa-se que embora a cidade disponha de potencial e atratividade, a cadeia turística ainda requer de aprimoramento para atender e satisfazer esses consumidores, e caso essa carência não seja suprida, perderá mercado para destinos concorrentes.

A nível de conhecimento, segundo apontado pelo Participante 02, dentre o público que esteve no Réveillon Santé, evento LGBTQ+ realizado pela primeira vez em Natal no ano de 2021, 85% era de fora de Natal/RN, evidenciando o alcance que o mesmo obteve e a contribuição do evento para o turismo local. Outra exemplificação diz respeito ao Bloquíssimo, o qual desponta com notoriedade regional visto que sua programação atraiu pessoas de Fortaleza, João Pessoa, Recife e Maceió para compor os participantes do evento, sendo estimada em 30% a quantidade de turistas presentes (PARTICIPANTE 02, 2022).

Para o Participante 02, Natal emerge enquanto vanguardista no mercado de eventos LGBTQ+, devido outras capitais passaram a desenvolver e aprimorar ideias de eventos concebidos na capital potiguar. Guaracino e Salvato (2017) corroboram com esse achado, ao

apontar que cidades que sediam eventos LGBTQ+ tendem a ser vislumbradas como modernas e inovadoras.

Referente às contribuições sociais que os eventos produzidos pelas entidades que os participantes representam refletem no público, tem-se que “[...] *a contribuição é enorme já que o público se sente acolhido e seguro no evento. Nessa edição contamos com lista trans, area pcd e intérprete de libras em todos os shows*” (PARTICIPANTE 01, 2022). Por conseguinte, o Participante 02 aponta a inclusão de outras minorias sociais, além dos grupos LGBTQ+, a priorização de membros da comunidade LGBTQ+ para trabalhar no evento, bem como inserir na programação do evento artistas locais e regionais, abrindo espaço para talentos da terra.

A última questão indagava: “seu evento é capaz de movimentar o fluxo turístico para a cidade de Natal e, induzir uma imagem de destino amigável ao turista LGBTQ+?”. A resposta do Participante 01 (2022) aponta cenários promissores para o desenvolvimento desse segmento no destino “[...] *o que Natal precisa é investir mais no turismo cultural voltado pros festivais*”.

A fala do Participante 02 chama atenção pelo fato deste elucidar que a EMPROTUR (Empresa Potiguar de Promoção Turística) e a Secretaria de Turismo do Estado vem desempenhando ações para desenvolver Natal como um polo de turismo LGBTQ+, promovendo o destino em eventos nacionais e internacionais de turismo. Essas estratégias podem refletir no avanço do segmento no estado e na capital potiguar, e na imagem de destino amigável que potenciais consumidores obterão da localidade.

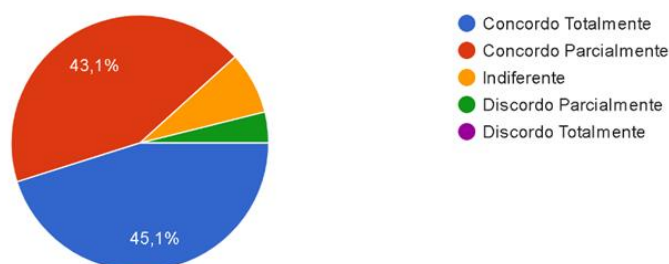
A cidade de Natal-RN, tem se mostrado aliada a comunidade LGBTQ+ há alguns anos, em crescente ascensão com eventos voltados diretamente à essa comunidade mais recentemente. Nesse sentido, os bares e festas de Natal tem se voltado para atrair essa população, trazendo eventos nacionais de cunho LGBTQ+ para a cidade, essa conjuntura faz com que o destino Natal venha se tornando uma cidade amigável para essa comunidade, atraindo não só residentes como pessoas de regiões e estados adjacentes.

Referente ao público que participou do Bloquíssimo e respondeu ao questionário de pesquisa, o perfil da amostra corresponde à indivíduos de orientação sexual: homossexual (mais de 80%), bissexual (mais de 17%) e heterossexual (aproximadamente 1,96%). Acerca da faixa etária, as maiores porcentagens indicam idades variando entre 19 e 25 anos (43,1%) e 26 e 32 anos (39,2%).

No que diz respeito ao local de residência desses indivíduos, percebeu-se diversidade de destinos, tais como: Caicó/RN, Natal/RN, Parnamirim/RN, São Gonçalo do Amarante/RN e Recife/PE, evidenciando que o evento obteve um alcance positivo de público. Outrossim diz respeito ao nível de escolaridade, dos quais 33,3% afirmaram possuir ensino superior completo, enquanto 35,3% informaram dispor do ensino superior incompleto.

As primeiras assertivas do questionário indagam o grau de concordância dos respondentes para questões mais gerais, neste caso, se eventos LGBTQ+ conseguem reunir diferentes pessoas para celebrar a diversidade sexual, promover a igualdade e ampliar a conscientização sobre os direitos desses indivíduos. Os dados do Gráfico 01 apontam um resultado majoritariamente positivo ao estabelecer concordância por parte dos respondentes com a indagação.

GRÁFICO 01 - EVENTOS LGBTQ+ REÚNEM DIFERENTES PESSOAS PARA CELEBRAR A DIVERSIDADE SEXUAL, PROMOVER A IGUALDADE E AMPLIAR A CONSCIENTIZAÇÃO ACERCA DOS DIREITOS DE GRUPOS LGBTQ



Fonte: Dados de pesquisa (2022).

Esses resultados corroboram com a literatura especializada (NEVES, 2021b; SILVA; CARVALHO, 2020; VOROBJOVAS-PINTA; FONG-EMMERSON, 2022) ao apontar que eventos e festivais LGBTQ+ aproximam pessoas com o objetivo de festejar a vida, a diversidade sexual, cultural e social, além de serem marcados por tradições e identidades típicas de um grupo específico que utiliza desses espaços para mobilização social e política.

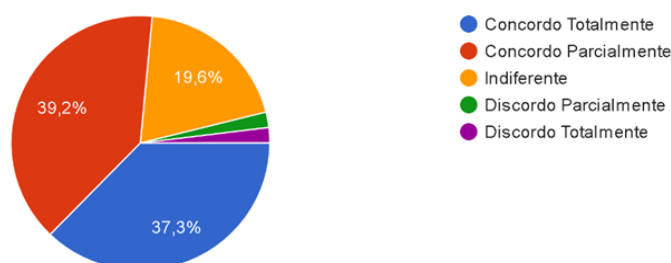
Sobre as motivações para participar de um evento desse tipo, os resultados apontam que “atrações” (41,2%), “semelhança entre os pares” (17,6%), “liberdade para se expressar” (13,7%) e “diversão e sociabilidade” (7,8%) apresentaram os maiores percentuais, sendo, desta forma, características que merecem atenção de entidades promotoras de eventos desse tipo. Ao serem questionados sobre o aumento de eventos em Natal/RN focados nesse grupo, 43,1% apontaram concordar parcialmente com a expansão desses eventos e 35,3%

concordaram totalmente, evidenciando, que, de fato, a cidade vem desenvolvendo esse nicho de mercado.

Embora não seja um mercado devidamente consolidado, percebe-se que Natal/RN passa a ampliar a oferta de eventos e festivais direcionados para esse grupo, logo, pode-se inferir que este seja num campo promissor de atuação, e que até então não era explorado de maneira eficaz. Segundo Hahm, Ro e Olson (2017) o interesse de destinos em sediar eventos desse tipo é crescente, desta forma, Natal/RN adquire notoriedade em explorar esse segmento.

As próximas assertivas questionavam o grau de concordância acerca do Bloquíssimo como um ambiente LGBT+ otimizador de experiências e trocas sociais. Nesse sentido, foram indagados se o evento permite trocas sociais e culturais entre os participantes, estabelece um ambiente de celebração e valoriza a inclusão do público LGBT+. Conforme os resultados apresentados no Gráfico 02, os respondentes concordam, em sua maioria, que o evento estabelece um ambiente de pertencimento e celebração social e cultural.

GRÁFICO 02 – GRAU DE CONCORDÂNCIA SOBRE CARACTERÍSTICAS SOCIAIS E CULTURAIS DO BLOQUÍSSIMO



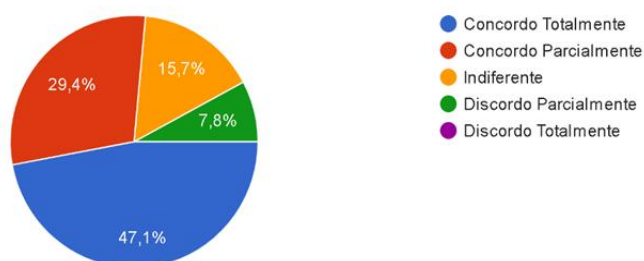
Fonte: Dados de pesquisa (2022).

Estes achados corroboram com resultados de pesquisas anteriores desenvolvidas por outros pesquisadores em distintas dimensões, como: sentimento de pertencimento (HAHM; RO; OLSON, 2017), fortalecimento de vínculos entre os participantes (ZHOU et al., 2021), evento como agente de transformação social (VOROBJOVAS-PINTA; FONG-EMMERSON, 2022). Sendo assim, o Bloquíssimo apresenta-se como um evento capaz de favorecer a sociabilidade e a celebração cultural, otimizar as experiências e trocas sociais e auxiliar no fortalecimento de identidade dos participantes.

Em seguida buscou-se compreender se, na visão dos participantes do evento, o Bloquíssimo motiva o público LGBT+ a vivenciar as experiências promovidas por ele. Os

resultados apontam um grau de concordância satisfatório, embora haja indivíduos indiferentes à assertiva.

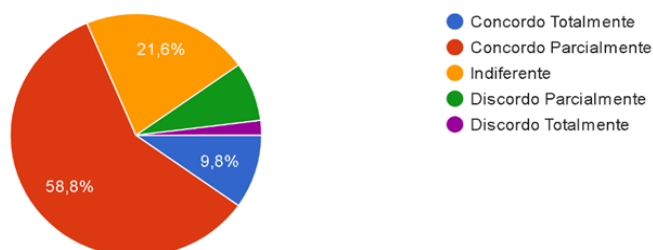
GRÁFICO 03 – O BLOQUÍSSIMO MOTIVA O PÚBLICO LGBT+ A VIVENCIAR AS EXPERIÊNCIAS PROMOVIDAS POR ELE



Fonte: Dados de pesquisa (2022).

Acerca do destino Natal/RN enquanto um destino amigável para pessoas LGBT+, os participantes da pesquisa demonstraram percepções variadas, como apresentado no Gráfico 04, no qual é possível observar uma concordância razoavelmente positiva, mas com respostas que levam ao questionamento se de fato o destino encontra-se apto para receber esses consumidores.

GRÁFICO 04 – NATAL/RN É UM DESTINO AMIGÁVEL PARA O PÚBLICO LGBT+

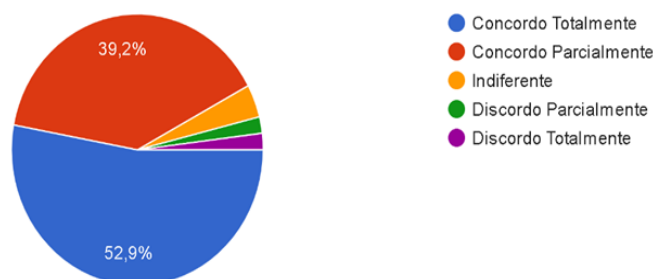


Fonte: Dados de pesquisa (2022).

Partindo para questões correlacionadas com a atividade turística, os respondentes foram questionados se viajariam para outra localidade com a finalidade de participar de um evento LGBT+. Segundo os resultados da pesquisa, 90,2% mostraram-se favoráveis para o deslocamento, enquanto 9,8% responderam que não viajariam por tal motivo.

Por conseguinte, deveriam assinalar o grau de concordância sobre a contribuição do Bloquíssimo no desenvolvimento do Turismo LGBT+ em Natal. O consentimento dos respondentes obteve resultados expressivos, os quais podem ser vistos no Gráfico 05, onde observa-se um alto índice de concordância com a questão.

**GRÁFICO 05 – O BLOQUÍSSIMO CONTRIBUI PARA O DESENVOLVIMENTO DO
TURISMO LGBT+ EM NATAL/RN**

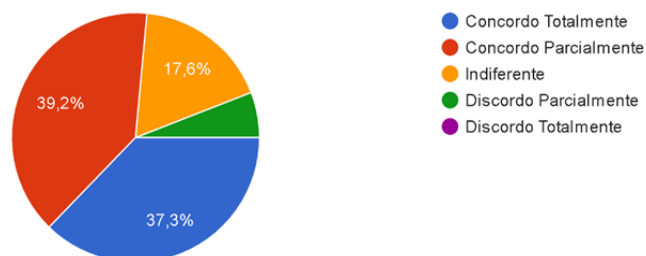


Fonte: Dados de pesquisa (2022).

Conforme salienta Sanches et al. (2011) o turismo pautado no consumidor LGBT+ visa a experimentação da sexualidade, em localidades que permitam socialização, divertimento e segurança desse grupo. Neste caso, cabe questionar, se para além de atrativos – neste caso os eventos – se a cidade do Natal se encontra apta para receber esse perfil de consumidor e atender suas necessidades. Entende-se os eventos como otimizadores da atividade turística, mas para esse segmento em questão, uma série de prerrogativas devem ser atendidas para que se possa receber potenciais clientes.

No tocante à movimentação de fluxo turístico oriundo a partir da efetivação do Bloquíssimo e da respectiva indução da imagem de Natal enquanto destino amigável para o turista LGBT+, 39.2% apontaram que concordam parcialmente com a prerrogativa, 37,3% concordaram totalmente e 17,6% mostraram-se indiferentes, como pode ser visto no Gráfico 06.

**GRÁFICO 06 – O BLOQUÍSSIMO É CAPAZ DE MOVIMENTAR FLUXO
TURÍSTICO E INDUZIR UMA IMAGEM DE DESTINO AMIGÁVEL**



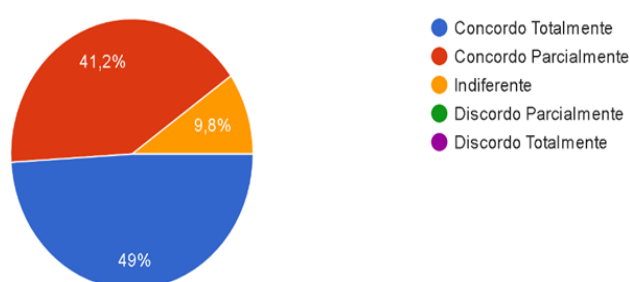
Fonte: Dados de pesquisa (2022).

Os resultados, segundo a visão dos respondentes, mostram que o evento possui potencial para atrair fluxo turístico e corroborar para a imagem da cidade. Esse achado vai de encontro à Markwell e Waitt (2009) ao evidenciar que um evento LGBT+ é capaz de atrair

visitantes e à Prentice e Andersen (2003) ao revelar que acontecimentos desse tipo tendem a influenciar a imagem de um destino.

A última inquietação parte de uma visão mais geral do assunto, esta indagava os participantes se os eventos voltados para o grupo pesquisado favorecem uma imagem de amigável de Natal/RN para o turista LGBT+. Segundo o Gráfico 07, os respondentes mostraram-se concordar positivamente com a assertiva, elucidando que os eventos desse tipo contribuem para a imagem de Natal enquanto destino favorável para o público LGBT+.

GRÁFICO 07 – EVENTOS PARA O PÚBLICO LGBT+ FAVORECEM A IMAGEM DE NATAL COMO UM DESTINO AMIGÁVEL PARA O TURISTA LGBT+



Fonte: Dados de pesquisa (2022).

Frente aos resultados da pesquisa, observa-se uma concordância positiva dos participantes acerca da influência dos eventos LGBT+ para uma imagem amigável de Natal/RN, além da corroboração desses acontecimentos para o turismo LGBT+ na capital potiguar. Logo, infere-se que a cidade dispõe de potencial para trabalhar o segmento a partir da sinergia entre agentes do mercado turístico (hotelaria, agências de viagens, promotores de eventos, CVBx, órgãos de esfera pública e/ou privada dentre outros) para aprimorar e expandir esse mercado, que visivelmente cresce em Natal/RN, de modo que o destino possa se consolidar nesse setor e receber cada vez mais visitantes.

CONSIDERAÇÕES FINAIS.

Esta pesquisa teve como objetivo compreender se eventos LGBT+ realizados em Natal/RN contribuem para a dinâmica do turismo LGBT+ na cidade. Para tal, a pesquisa contou com a participação de dois representantes de empresas que realizam eventos em Natal e com participantes de um evento desse tipo, de modo a considerar suas percepções sobre o assunto.

No que tange às implicações práticas, o estudo pressupõe a viabilidade de estabelecer parcerias entre entidades e órgãos de ordem pública e privada, para desenvolver e consolidar o Turismo LGBTQ+ em Natal/RN ao utilizar dos eventos para atrair turistas e enquanto ferramenta estratégica para auxiliar na consolidação da imagem do destino. Desta forma, caberia desenvolver um plano de gestão que permitisse convergir o marketing de destinos ao turismo em prol de otimizar as experiências e necessidades do consumidor LGBTQ+ que visita Natal.

Isto posto, surge a oportunidade para Natal apresentar-se para o consumidor enquanto uma destinação que visa inclusão, respeito e diversidade, caracterizando-se como um destino amigável. Destarte, cabe considerar a melhoria na prestação de serviços para estes clientes, uma vez que para alcançar a prerrogativa de destino *LGBTfriendly*, ações estratégicas devem permear toda a cadeia produtiva do turismo, não apenas o marketing.

Para estudos futuros, sugere-se ampliar a amostra de pesquisa, de modo a contemplar entidades promotoras de eventos, órgãos vinculados ao marketing turístico de Natal/RN para compreender o quão benéfico um evento desse tipo tem sido para a cidade. Além disso, indica-se a realização de estudos de casos com eventos específicos para conhecer as suas características e o perfil de seus participantes, e, assim, estabelecer relação com o turismo LGBTQ+ e a imagem amigável da cidade do Natal/RN.

A presente pesquisa amplia a literatura sobre o tema, e embora seja perceptível um avanço nas discussões sobre gênero, sexualidade e turismo, quando direcionadas para o campo de eventos LGBTQ+ e turismo, esta torna-se escassa. Logo, o trabalho em questão avança na compreensão do tema e elucida novos vieses de pesquisas, abrindo espaço para demais pesquisadores que desejem seguir na temática.

AGRADECIMENTOS

A pesquisa foi financiada pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), por meio da concessão de bolsa de pós-graduação *stricto sensu*.

REFERÊNCIAS

CARVALHO, P. C.; SALAZAR, A. M. P. L. V. B. K; RAMOS, P. M. G. Modelo Conceptual integrativo de Destination Branding: teste empírico no porto e norte de Portugal. **Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural**, v. 13, n. 4, p. 865-874, 2015.

Disponível em: <http://ojsull.webs.ull.es/index.php/Revista/article/view/731>. Acesso em: 14 ago. 2022.

CLAUDINO, A. L.; COSTA, P. A. O. C.; CAVALCANTE, I. C. O. G. S. Qualidade dos Serviços em Empreendimentos Noturnos adeptos ao movimento LGBTQ+ em Natal, Rio Grande do Norte, Brasil. **Turismo e Sociedade**, v. 13, n. 3, p. 42-64, set-dez. 2020. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.5380/ts.v13i3.75649>. Acesso em: 05 ago. 2022.

COMMUNITY MARKETING & INSIGHTS. **13th Annual LGBTQ Community Survey: USA Summary Report**. 2019. Disponível em: <https://www.communitymarketinginc.com/documents/temp/CMI-13th LGBTQ Community Survey US Profile.pdf>. Acesso em: 25 ago. 2022.

FÓRUM LGBTI+. **Potencial imenso e subaproveitado, mercado LGBT+ gera faturamento de R\$ 418,9 bilhões, 10% do PIB**. 2017. Disponível em: <https://www.forumempresaslgbt.com/post/potencial-imenso-e-subaproveitado-mercado-lgbt-gera-faturamento-de-r-418-9-bilh%C3%B5es-10-do-pib>. Acesso em: 04 ago. 2022.

FOUCAULT, M. **Outros espaços**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1984.

GUARACINO, J.; SALVATO, E. **Handbook of LGBT tourism and hospitality: A guide for business practice**. New York: Columbia University Press. 2017.

HAHM, J. J.; RO, H.; OLSON, E. D. Sense of belonging to a lesbian, gay, bisexual, and transgender event: the examination of affective bond and collective self-esteem. **Journal of Travel & Tourism Marketing**, p. 1-13. 2017. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1080/10548408.2017.1357519>. Acesso em: 05 ago. 2022.

HARRIS INTERACTIVE. **LGBT Adults Strongly Prefer Brands That Support Causes Important to Them and That Also Offer Equal Workplace Benefits**. 2011. Disponível em: <https://www.prnewswire.com/news-releases/lgbt-adults-strongly-prefer-brands-that-support-causes-important-to-them-and-that-also-offer-equal-workplace-benefits-125742178.html>. Acesso em: 25 ago. 2022.

HOFFMANN, C; DUARTE, R; TRAVERSO, L. D; BOBSIN, D. Turismo Gay-Friendly: segmento de demanda latente. **Revista Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade**, [S.L.], v. 10, n. 4, p. 798-813, 10 out. 2018. Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=473557643010>. Acesso em: 20 ago. 2022.

IBGE. **Em pesquisa inédita do IBGE, 2,9 milhões de adultos se declararam homossexuais ou bissexuais em 2019**. 2022. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/33785-em-pesquisa-inedita-do-ibge-2-9-milhoes-de-adultos-se-declararam-homossexuais-ou-bissexuais-em-2019>. Acesso em: 25 ago. 2022

KNUPP, M. E. C. G.; LESCURA, C.; NAVARRO, R. A. D.; CONDÉ, R. A. Os festivais e seus impactos para os destinos turísticos: o caso do Festival de Inverno de Ouro Preto/MG. **Revista Acadêmica do Observatório de Inovação do Turismo**. v. 15, n. 1, p. 1-21. 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.17648/raoit.v15n1.6082>. Acesso em: 04 ago. 2022.

MARKWELL, K.; WAITT. Festivals, space and sexuality: Gay pride in Australia. **Tourism Geographies**, v. 11, n. 2, p. 143–168. 2009. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/14616680902827092>. Acesso em: 04 ago. 2022.

MENEZES, A. H. N.; DUARTE, F. R.; CARVALHO, L. O. R.; SOUZA, T. E. S. **Metodologia científica**: teoria e aplicação na educação a distância. Petrolina: Universidade Federal do Vale do São Francisco. 2019.

NASCIMENTO, W. E. **Verificar a viabilidade de implantação de um espaço para a realização de eventos e recepções LGBT em Natal RN**. Monografia (Graduação em Turismo). Centro de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal/RN. 2014. Disponível em: <https://repositorio.ufrn.br/handle/123456789/37684>. Acesso em: 04 ago. 2022.

NEVES, C. S. B. Turismo LGBT: publicações no journal of homosexuality. **Revista Eletrônica de Administração e Turismo**, v. 15, n. 2, p. 1-21. 2021a. Disponível em: <https://periodicos.ufpel.edu.br/ojs2/index.php/AT/article/view/21059>. Acesso em: 04 ago. 2022.

_____. Perfil de consumo dos turistas gays e bissexuais masculinos brasileiros (2019-2020). **Revista Iberoamericana de Turismo**. v. 11, n. 2, p. 196-225. 2021b. Disponível em: <https://www.seer.ufal.br/index.php/ritur/article/view/11989>. Acesso em: 04 ago. 2022.

OBSERVATÓRIO DE TURISMO E EVENTOS. **Parada do Orgulho LGBT+ 2022**: Relatório de monitoramento. 2022. Disponível em: <https://observatoriodeturismo.com.br/wp-content/uploads/2022/09/RELATORIO-PARADA-LGBT-2022-COMPLETO.pdf>. Acesso em: 30 ago. 2022.

OSORIO, K. L. N.; HENZ, A. P. Turismo LGBT: um estudo acerca das iniciativas no Brasil. In: Fórum Internacional de Turismo do Iguaçu, 12., 2018. **Anais [...]**. Paraná, 2018. Disponível em: <http://festivaldascataratas.com/forum-turismo/anais/2018/politicas-publicas/turismo-lgbt-um-estudo-acerca-das-iniciativas-no-brasil.pdf>. Acesso em: 05 ago. 2022.

OUTNOW. **LGBT Travel Market**: Annual Spend Now Exceeds USD\$218 billion. London: HTMGGlobalHub, 2018.

PANROTAS. **60% dos turistas LGBTQ no Brasil planejam viajar ainda este ano**. 2021. Disponível em: https://www.panrotas.com.br/lgbtravel/pesquisas-e-estatisticas/2021/05/60-dos-turistas-lgbtq-no-brasil-planejam-viajar-ainda-este-ano_181599.html. Acesso em: 25 ago. 2022.

PRENTICE, R.; ANDERSEN, V. Festival as creative destination. **Annals of Tourism Research**, v. 30, n. 1, p. 7–30. 2003. Disponível em: [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(02\)00034-8](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(02)00034-8). Acesso em: 05 ago. 2022.

RAM, Y.; KAMA, A.; MIZRACHI, I.; HALL, C. M. The benefits of an LGBT-inclusive tourist destination. **Journal of Destination Marketing & Management**, v. 14. 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2019.100374>. Acesso em: 05 ago. 2022.

RO, H; KHAN, M. The impact of LGBT friendliness on sexual minority customers' perceptions and intentions to stay. **International Journal Of Hospitality Management**, v. 102, abr. 2022. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0278431922000433>. Acesso em: 14 set. 2022.

SANCHES, T. C.; MANCINI, L. A.; NASCIMENTO, M. A. N. Turismo GLS e o perfil do seu público consumidor na região norte do Paraná. **Revista Turismo Visão e Ação**, v. 13, n. 1, p. 81–95. 2011. Disponível em: <https://doi.org/10.14210/rtva.v13n1.p81-95>. Acesso em: 05 ago. 2022.

SANTOS, M. S. M. **Turismo LGBT e a percepção do gay friendly nos hotéis da Via Costeira em Natal/RN**. Monografia (Graduação em Turismo). Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal/RN. 2016. Disponível em: <https://repositorio.ufrn.br/handle/123456789/37460>. Acesso em: 02 ago. 2022.

SEBRAE. **Turismo LGBT no Brasil**. 2018. Disponível em: <https://www.sebrae-sc.com.br/observatorio/relatorio-de-inteligencia/turismo-lgbt-no-brasil>. Acesso em: 25 ago. 2022.

SEVERINO, A. J. **Metodologia do trabalho científico**. São Paulo: Cortez. 2013.

SILVA, B. J. C.; CARVALHO, K. D. Turismo, Movimento LGBTQIA+ e Hospitalidade Urbana: um olhar crítico acerca dos espaços gay-friendly. In: Fórum Internacional de Turismo do Iguassu, 14., 2020. **Anais [...]**. Paraná, 2020. Disponível em: <https://www.sisapeventos.com.br/deangeli/wiew/inscription/submission/files/3/364-1881-5.pdf>. Acesso em: 05 ago. 2022.

SILVA, S, S.; CARDOSO, D. B. P.; SOUSA, B. B. O papel do marketing no turismo LGBT: um contributo exploratório no contexto português. **Turismo e Sociedade**. v. 11, n. 2, p. 236-260. 2018. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.5380/tes.v11i2.59436>. Acesso em: 05 ago. 2022.

SOUZA, L. V. S.; SANTOS, J. V. P. V. Eventos LGBT+ em Brasília: Produção, Inovação e Criatividade. In: Fórum Internacional de Turismo do Iguassu, 14., 2020. **Anais [...]**. Paraná, 2020. Disponível em: <https://www.sisapeventos.com.br/deangeli/wiew/inscription/submission/files/3/271-1652-5.pdf>. Acesso em: 05 ago. 2022.

TRIBUNA DO NORTE. **Arena Arco-Íris: 1º grande evento LGBT+ do RN, Bloquíssimo ocorre neste fim de semana**. 2022. Disponível em: <http://www.tribunadonorte.com.br/noticia/arena-arco-a-ris-1a-grande-evento-lgbt-do-rn-bloqua-ssimo-ocorre-neste-fim-de-semana/542265>. Acesso em: 20 set. 2022.

VOROBJOVAS-PINTA, O.; FONG-EMMERSON, M. The Contemporary Role of Urban LGBTQI+ Festivals and Events. **Event Management**, p. 1-43. 2022. Disponível em: <https://doi.org/10.3727/152599522X16419948694720>. Acesso em: 04 ago. 2022.

ZHOU, P. P.; WU, M-Y.; FILEP, S.; WEBER K. Exploring well-being outcomes at an iconic Chinese LGBT event: A PERMA model perspective. **Tourism Management Perspectives**, v. 40. 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2021.100905>. Acesso em: 04 ago. 2022.