

**TURISMO DE EVENTOS EN LA CIUDAD DE SÃO PAULO - BRASIL****Los espectáculos teatrales como atractivos culturales***Camila Karla Grillo\***Universidad de São Paulo - Brasil**Ricardo Lanzarini\*\***Universidad Federal de**Rio Grande do Norte, Natal - Brasil*

**Resumen:** Los eventos constituyen una de las dinámicas más marcadas de la actividad turística, especialmente en las grandes metrópolis mundiales, como es el caso de la ciudad de São Paulo. Su desarrollo involucra diversos sectores de la economía, dinamizando la cultura con la actividad de ocio y entretenimiento. En esta perspectiva, este estudio presenta la contribución del teatro LGBT promovido durante la Parada del Orgullo LGBT. Como método se utilizó la investigación exploratoria y comparativa, de cuño cualitativo, tomando como base de datos el sitio Guía Gay São Paulo. Por lo tanto se analizaron 19 obras de teatro del año 2017 y 22 de 2018, con temáticas LGBT, que estaban en cartelera durante la realización de actividades paralelas antes de la fiesta. Se constató que los espectáculos reflejan la demanda de público y turistas para el cual se produce el mega evento, concentrándose en las temáticas volcadas al público homosexual masculino, en detrimento de otras identidades de género, como las lesbianas. Además, se identificó que los espacios culturales donde están las obras en cartelera eran de fácil acceso para los turistas, en las proximidades de la Avenida Paulista y en la zona de la República conocida como el gueto LGBT paulistano. Se concluye que la Parada genera innumerables impactos positivos en la ciudad de São Paulo, especialmente por el fomento de la cultura LGBT que se ofrece al público en un período de tiempo medio de más de un mes, durante los preparativos y acontecimiento del evento, incrementando el producto turístico cultural local.

**PALABRAS CLAVE:** Turismo de eventos, cultura, teatro, Parada del Orgullo LGBT.

**Abstract:** Tourism of Events in the City of São Paulo (Brazil). Theatrical Performances as Cultural Attractions. The events are one of the most remarkable dynamics of tourist activity, especially in the biggest world metropolis, such as São Paulo/SP. Its development encompasses several sectors of the economy by stimulating the culture with leisure and entertainment activities. In this perspective, this study presents the contribution of LGBT Theatre, which has been promoted during the LGBT Pride Parade. As a method, an exploratory and comparative research of qualitative nature has been used, based on the Guia Gay São Paulo Website. To do so, nineteen LGBT thematic performances advertisements published prior to the 2017 Pride Parade and twenty-two others prior to the 2018 Pride

\* Maestranda en Estudios Culturales en la Escola de Artes, Ciências e Humanidades de la Universidad de São Paulo, São Paulo, Brasil. Graduada en Comunicación Social y Periodismo por la Universidad Paulista (UNIP). Dirección Postal: Escola de Artes, Ciências e Humanidade da Universidade de São Paulo (EACH-USP) - Rua Arlindo Bettio, 1000 - Vila Guaraciaba - São Paulo/SP - CEP: 03828-000, Brasil. E-mail: camilagrillo@usp.br

\*\* Doctor en Ciencias Humanas por la Universidad Federal de Santa Catherina (UFSC), Florianópolis, Brasil. Posdoctorado en Ocio y Turismo por la Universidad de São Paulo (USP), São Paulo, Brasil. Se desempeña como profesor adjunto del Departamento de Turismo de la Universidad Federal de Rio Grande do Norte (UFRN), Natal, Brasil. Miembro del Grupo de Pesquisa CNPq/UFRN, GEPPOT. Dirección Postal: Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Centro de Ciências Sociais Aplicadas - Avenida Senador Salgado Filho, 3000 - Ala D Sala 22 - Lagoa Nova - Natal/RN - Brasil - CEP: 59078970 Brasil. E-mail: ricardolanzarini@ccsa.ufrn.br

*Parade, have been analyzed. As a result, it has been noted that the spectacles reflect the demand of public and tourism for which the mega event is produced, though, heavily concentrating on thematic performances aiming for the male homosexual public, rather than other gender identities as lesbians, for instance. Moreover, it was identified that the sites which hosted the performances were of easy access to the public; near Paulista Avenue and in the region of Republica, which is known as the LGBT ghetto in Sao Paulo. It has also been concluded that the parade generates many positive impacts to the city of São Paulo, mostly by the promotion of LGBT culture that is made available to the general public, for a little over a month, including the preparation period and the events themselves, enhancing the local cultural tourism product.*

**KEY WORDS:** *Tourism of events, culture, theater, LGBT Pride Parade.*

## **INTRODUCCIÓN**

El turismo de eventos es uno de los segmentos que más se desarrollaron en todo el mundo, sea como forma de promoción de un destino o como recurso de control de estacionalidad. Es en esta lógica que el mercado de eventos brasileño alcanzó en 2013, \$54,21 billones de dólares de facturación, lo que equivale a 4,3% del PIB nacional, con \$12,62 billones de dólares en impuestos (ABEOC, 2014). São Paulo es la ciudad que más invierte en eventos, no sólo por sus características de metrópoli urbana, sino en virtud del mercado de negocios y eventos científicos, siendo el mayor promotor de eventos del país (Visite São Paulo, 2018a; 2018b) contabilizando en 2017 más de \$6,40 millones de dólares obtenidos por ferias, congresos, simposios y festivales realizados en la ciudad. De acuerdo con el Observatório de Turismo e Eventos (OTE, 2017) de la ciudad de São Paulo el número de turistas creció 3,76% entre 2016 y 2017, impulsando a la ciudad como destino de ocio y cultura, especialmente en virtud del segmento de eventos, que sustenta la mayor parte de la motivación para visitar el destino.

Los eventos son capaces de promover el desarrollo de destinos turísticos a partir de contextos científicos, de ocio, entretenimiento, culturales y de negocios. Este estudio, enfocado en el contexto cultural, se vale de uno de los más importantes eventos turísticos de São Paulo, la Parada del Orgullo LGBT (2017/2018), y tiene como objetivo destacar la presencia de los espectáculos teatrales como productos culturales de ese evento. La ciudad también es escenario del mayor evento turístico del segmento LGBT de América Latina. Conforme una nota divulgada por el Ministerio de Turismo (Oliveira, 2017), la 21ª Parada del Orgullo LGBT reunió, de acuerdo con los organizadores, tres millones de personas y garantizó una tasa de ocupación del 90% en los hoteles localizados alrededor de la Avenida Paulista y en el centro de la ciudad. Este público cada año gana expresividad en el mercado turístico, representando el 10% de los viajeros en el mundo y moviendo el 15% de la facturación del sector.

En lo que respecta al teatro como parte del producto turístico, las guías culturales se presentan como importantes herramientas de información para el turista. En este sentido, la curaduría de arte homoerótico se da mediante guías culturales que ofrecen a los turistas opciones al mismo tiempo en que revelan un escenario social vivenciado por un recorte cultural local, visto que las temáticas abordadas llevan a la realidad cotidiana y a los conflictos presentes en la sociedad brasileña. Se observa un relevante número de actividades culturales que hacen referencia a este público, como la “Muestra Ser de Cine” que exhibe cortos y largometrajes, así como los debates sobre la diversidad y la militancia de género y sexualidad que hoy pertenecen a la cultura paulistana.

Ante este abordaje el marco teórico presentado destaca autores del turismo cultural y del turismo de eventos como Getz (2010; 2008), Getz & Page (2016), Paiva (2017), Zanela (2012), Santana (2009) y Trigo (2013); autores de teatro como Schechner (2017) y Moreno (2001); y del periodismo cultural como Piza (2003), Rosa (2013) y Melo (2010); así como la Guía Gay SP que difunde obras de teatro y otras actividades turísticas y culturales, y fomenta la cultura LGBT. También se recurrió a datos oficiales de las asociaciones comerciales involucradas directamente en la producción del turismo cultural y de eventos en São Paulo como la Associação Brasileira das Empresas de Eventos (ABEOC Brasil, 2014), la Associação Brasileira da Indústria de Hotéis (ABIH, 2017), la Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (ABRASEL, 2017) y el Observatório de Turismo e Eventos de São Paulo (OTE, 2017), a partir de los cuales fue posible entender las dimensiones económicas y sociales de los impactos causados por la producción de la Parada del Orgullo LGBT de São Paulo.

Así, esta investigación se basa en los datos de los espectáculos LGBT divulgados en la Guía Gay São Paulo en el período anterior a la Parada del Orgullo LGBT 2017 y 2018, así como trata de la representatividad de las diferentes orientaciones sexuales manifestadas en el teatro y divulgadas por medio de las sinopsis publicadas en la guía cultural de los años respectivos.

## REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA

De acuerdo con la Asociación Brasileña de Normas Técnicas, en su Norma Regulatoria nº 16.004 (ABNT, 2016), los eventos son actividades planeadas que suceden en determinado período y lugar, reuniendo personas con un mismo objetivo. Entre esos objetivos, Zanela (2012) destaca la celebración de acontecimientos significativos y establecer contactos comerciales, culturales, deportivos, sociales, familiares, religiosos, científicos, entre otros. Los eventos son actividades que pueden ser producidas para los más variados fines, motivando el desplazamiento de personas y creando flujos de viajes denominados turismo de eventos.

*Events are an important motivator of tourism, and figure prominently in the development and marketing plans of most destinations. The roles and impacts of planned events within tourism have been well documented, and are of increasing importance for destination competitiveness. Yet it was only a few decades ago that ‘event tourism’ became established in both the tourism industry and in the*

research community, so that subsequent growth of this sector can only be described as spectacular (Getz, 2008: 403).

Considerando la proporción de público y los impactos económicos, culturales y sociales generados por la Parada del Orgullo LGBT en São Paulo, este acontecimiento se configura como un mega evento de orden cultural y político pues enfatiza los aspectos de la cultura LGBT mundial y es representativo de la lucha por los derechos civiles y humanitarios para combatir la homofobia y la violencia física y psicológica que sufren los LGBT en la sociedad brasileña y el mundo donde se reproduce el evento. Además, es un evento de carácter turístico, visto que mueve considerablemente el trade turístico local, reconfigurando los espacios simbólicos de esa tribu urbana y dando nuevos colores al gris de la ciudad. Getz & Page (2016: 620) destacan que *“the roles of events in urban regeneration and re-positioning go well beyond place marketing and image effects”*, de manera que hay lugares que hoy mantienen sus actividades turísticas y su economía debido a los eventos que llevan turistas al destino.

*La magnitud que califica un evento de ese porte se sustenta en la movilización (más allá de la actividad turística y del evento en sí) de una variedad de acciones y dimensiones económicas, políticas y simbólicas que trascienden a escala local e indican un elevado nivel de articulación entre los lugares y los agentes involucrados globalmente y se traducen en una complicada trama de intereses, conexiones y conflictos (Paiva, 2017: 27).*

Tal como afirma Paiva los mega eventos como las Olimpiadas y la Copa del Mundo FIFA, han sido usados para demostrar al mundo la supremacía de determinada localidad, tanto en términos políticos como económicos, culturales, sociales y fuertemente turísticos, visto que naturalmente esos acontecimientos generan flujos de visitantes en el período de realización del evento y continuarán fomentando el turismo a lo largo de muchos años, porque este evento es capaz de transmitir una imagen positiva del lugar turístico. Getz & Page (2016) refuerzan que el turismo de eventos debe ser pensado y tratado a partir de una base triple de sustentación, que involucra cuestiones económicas y políticas, de carácter personal y social, culturales (foco de este análisis) y medioambientales. Getz (2010: 5) postula que *the roles of festivals in tourism include attracting tourists, contributing to place marketing (including image formation and destination branding), animating attractions and places, and acting as catalysts for other forms of development.*

Bajo la perspectiva de esos grandes acontecimientos, Claval (2007) define las fiestas como puntos de catarsis en la vida cotidiana de las ciudades, que marcan el tiempo de vida colectiva. *“Las fiestas se manifiestan por procesiones, danzas, música y espectáculos. Cada uno es por su parte actor y espectador y vive un momento de intensa emoción, de comunión, de evasión. El sentimiento de pertenecer al colectivo es, entonces, muy fuerte”* (Claval, 2007: 131). A este fragmento se remite el sentimiento de colectividad que la Parada del Orgullo LGBT genera, como el propio nombre enfatiza, en aquellos que pertenecen al grupo. Así como en un breve período de actividades del evento es

posible vivenciar la cultura LGBT en la ciudad de São Paulo de forma más abierta y diversificada, teniendo los espectáculos teatrales un papel importante como actividad cultural que trae a la luz los dramas de la vida real y los enfrentamientos de lo cotidiano sobre las cuestiones LGBT, también propicia el entretenimiento del turista en São Paulo, ampliando las opciones de actividades culturales durante su estadía.

La demanda de actividades ligadas a la búsqueda de conocimiento, ocio y entretenimiento hacen de las instancias culturales un atractivo significativo para los turistas. Carvalho & Viana (2014: 627) indican que *“en el turismo cultural, los turistas viajan para consumir experiencias, gastronomía, formas de vida, símbolos, música y todo tipo de manifestaciones culturales”*, de modo que *“la cultura y el turismo tienen una relación mutuamente ventajosa, o sea que la conexión entre cultura y turismo puede ser benéfica para reforzar el atractivo y la competitividad de países, regiones y ciudades”* (Marujo, 2014: 3). Esto ocurre, primero porque la cultura acaba beneficiándose del interés mercadológico del turismo por mantener buena parte de su patrimonio material e inmaterial conservado y (re)utilizado, valorando trazos destacados de lo cotidiano de una localidad como producto a ser vendido al turista, hecho que mantiene viva la memoria cultural local; y segundo, porque el turismo como mercado gana en diversidad de la oferta del producto turístico, atendiendo a variadas motivaciones de viaje. Santana (2009) resalta que el turismo cultural *“incluye la cultura popular, el arte y las galerías, la arquitectura, los eventos festivos individuales, los museos y los lugares patrimoniales e históricos, además de la vivencia de prácticas y estilos de vida que difieren de los propios”* (Santana, 2009: 127).

La simbiosis entre cultura y turismo se conecta por la asociación entre las cuestiones identitarias de un pueblo, su memoria, sus costumbres y un mercado creciente de consumidores “de lo exótico”, de aquello que escapa a lo cotidiano y que de alguna forma agrega valor a la experiencia del viaje. Trigo (2013) evidencia que el viaje puede ser *“una experiencia placentera, capaz de vencer los miedos y angustias del ser humano para posibilitar un mayor conocimiento, una mayor consciencia de sí mismo, por parte de los viajeros”* (Trigo, 2013: 135). En este sentido el objeto en cuestión de ese análisis representa no sólo una motivación cultural, sino una experiencia significativa para los participantes del evento. Entonces, el turismo resulta un importante mecanismo de valoración de la cultura del lugar visitado.

El ocio y el entretenimiento forman parte de lo cotidiano de los turistas y son agregados en casi todas las motivaciones de viaje, con breves momentos de descanso de las actividades programadas. En este punto, la ciudad de São Paulo detenta un vasto aparato cultural y de equipamientos de ocio y entretenimiento capaces de atender a todo tipo de demanda turística, incluyendo el público LGBT, que anualmente elige São Paulo como principal destino, especialmente para participar de eventos temáticos, sociales, políticos, de militancia y culturales, que podría ser denominado como turismo LGBT o cualquier variante que el mercado turístico haya adoptado a lo largo de los años.

Como señala Hernández (2013) en tanto que la identidad homosexual es anterior a la gay, el turismo homosexual, que aún continúa en nuestros días, es también anterior e inicia en el siglo XVIII en Europa. Graham (2002) lo caracteriza como una forma de viaje a modo de una fuga mediante la cual se abandona temporalmente el propio país para encontrar la liberación sexual en otro lugar menos represivo, o al menos considerado como tal (Broeck & Lopes, 2015: 796).

En este sentido, los destinos LGBT se han consolidado en Brasil a lo largo de los años como espacios de tolerancia a la diversidad, aunque haya mucha violencia y persecución de grupos conservadores, tal cual sucede en diversas partes del mundo con innumerables países que condenan la homosexualidad y combaten este segmento del turismo con justificaciones pautadas en cuestiones de moralidad y religión, sin respeto por la diversidad. Sin embargo, la condición del viaje simboliza para el viajero un alejamiento de lo cotidiano, hecho que brinda al grupo LGBT una sensación de libertad. Por su parte, esa libertad es potenciada por el sentimiento de grupo cuando el viaje permite la reunión entre semejantes, entre personas que pueden encontrarse e identificarse por los mismos comportamientos o intereses, en este caso en relación a la sexualidad, como la participación en eventos como la Parada del Orgullo LGBT. Lanzarini & Trigo (2017: 372) al estudiar la hospitalidad de los mayores centros urbanos de Brasil sobre las cuestiones de la hospitalidad sexual, que incluye la captación de turistas extranjeros segmentados por la sexualidad como el público LGBT, resaltan que *“leisure and entertainment, desire and pleasure, travelling and social freedom are mixes that are present in the post-industrial culture and consumption. Every Day, the search for moral freedom and satisfaction of personal pleasures is valued and optimised by the tourism market, which enables temporary and safe sexual experiences far from home”*.

Esta experiencia de entretenimiento también puede ser vivida por los turistas en otras partes del mundo como Buenos Aires (Argentina). Martins (2018) destaca que hubo un crecimiento de 4,2% en el nicho LGBT durante 2017, destacándose los eventos culturales Bagfest, Fenat, Festival Cabaret Fica y Tango *Queer*. Dentro de la perspectiva del teatro, la ciudad de Bogotá en Colombia organiza el VII Festival Internacional de Teatro Rosa, cuya edición 2018 fue entre el 26 de julio y el 6 de agosto. El evento, que surgió en 2010, tiene como objetivo abarcar grupos de teatro del país y del mundo para promover un espacio de inclusión (Iberescena, 2018). Otro evento que aborda las temáticas LGBT en el teatro es el Brazil Diversity, asociado al Theatre 503 de Londres. En 2018 el festival reunió en el país entre el 10 y 11 de junio, diferentes profesionales del teatro brasileño. Comenzó en 2014 como Rio Diversidade y en 2018 logró su versión internacional como Brazil Diversity con la cooperación de un grupo de artistas brasileños residentes en Londres llamado Brazil Diversity Collective (Canal Londres, 2018). La utilización del arte como herramienta de discusión de las temáticas LGBT también cuenta con la Arts Council, entidad que apoya manifestaciones culturales en Inglaterra. Entre los trabajos apoyados en 2017 están las obras *The Burnley Buggers Ball* y *Burnley's Lesbian Liberator*, presentaciones que marcaron el mes de la historia LGBT y el 50º Aniversario de la Ley de Ofensas Sexuales presentados en febrero y marzo del mismo año (Arts Council, 2017).

Retomando la cuestión de las obras de teatro LGBT en la ciudad de São Paulo, los espacios culturales que ofrecen espectáculos teatrales durante el mega evento están especialmente concentrados en el centro de la ciudad como el Largo do Arouche, el Bairro República, la Augusta y la Avenida Paulista, donde históricamente se dio una construcción simbólica del gueto gay paulistano, tanto para los locales como para los turistas. Martin & Levine (1979) destacan que las grandes ciudades, por reunir la mayor parte de los homosexuales, poseen espacios de tolerancia y acogimiento denominados *gay gettos*, donde hombres y mujeres pueden vivir (Schechner, 2017) sus sexualidades sin la condena moral heteronormativa. Por este motivo, se establece una segregación social (de género y sexualidad) del espacio público y debido a las innumerables reivindicaciones de los derechos sociales y la lucha para salir de la marginalidad, los actos culturales más simples como espectáculos teatrales acaban vistos por el público en general como obras que representan una militancia, *“arena de luchas por los derechos humanos, pero raramente son entendidas como espacio de una creación teatral seria, producto de una investigación del lenguaje escénico o de una renovación vital y luminosa para la escena teatral brasileña”* (Moreno, 2001: 301). Cabe destacar que esto no siempre corresponde a la realidad, ya que los debates sobre las prácticas homoeróticas han sido parte de las discusiones sociales y de lo cotidiano de las personas a partir de una perspectiva de experiencia personal y de producción cultural especializada, no necesariamente de carácter político sino artístico.

El contacto con esas producciones se establece normalmente por los medios de comunicación, principalmente tratándose de atractivos culturales que permitan a los turistas de ese segmento el acceso a productos especializados. Esos productos son difundidos por medio del periodismo cultural que *“se resume a reportar, divulgar y analizar (superficialmente) productos culturales”* (Rosa, 2013: 69). Aunque exista ese carácter de divulgación mediática en el ámbito de la cultura en contraposición con la industria cultural (concepto instituido en 1940 por Theodor Adorno y Marx Horkheimer para sustituir la expresión “cultura de masas”, que ofrece productos mercantilizados y vacíos de contenido), es relevante considerar el papel de la prensa especializada como agente de divulgación de información más precisa y atractiva para este segmento de mercado. Hay que tener en cuenta que *“los medios son considerados como importantes instrumentos de valoración y difusión de las culturas”* (Cerigatto, 2015: 44), sea para divulgar producciones culturales eruditas como las óperas presentadas en espacios clásicos como el Teatro Municipal, sea para divulgar trabajos populares como algunas obras de teatro musical o algunos tipos de comedias.

Esta división establece una relación social entre lo que puede ser llamado de alta cultura o cultura erudita y baja cultura o cultura de masas, basada tanto en el aspecto de la reproducción cultural como en el consumo determinado por clases sociales. Martins & Sérgio (2012) argumentan que la comprensión clásica del consumo cultural es el [...] *‘mal gusto’ de la cultura de masas, también llamada baja cultura, la expresión de una falta de educación que se revela a través de una forma grupal y desordenada de consumo. En oposición a esta postura desequilibrada, trivial e incluso bárbara, típica de las masas, el consumo cultural de los representantes de la alta cultura sería una*

*manifestación individual, contenida y contemplativa; un comportamiento que exige un análisis formal e intelectualizado que se establece a partir de referencias (inter-textualidad) a otras imágenes legitimadas por los críticos y los autores especializados en los repertorios de la historia del arte, certificando una forma de demostrar la amplitud y la calidad del repertorio de cada uno* (Martins & Sérgio, 2012: 136).

Storey (2003) resalta que la alta cultura se define primordialmente a través de la “exclusión de las masas”, visto que es una estrategia de poder y autoafirmación de la supervaloración de determinada cultura en detrimento de otras, constituyendo relaciones de poder como símbolos de distinción. Al relacionar esta división cultural con el teatro LGBT es posible analizar que, aunque esté ligada a la representación de una minoría, también sirve de atractivo para un público que consume arte erudito y pertenece a una clase social más acomodada, característica socioeconómica común del público LGBT, que mueve cerca de R\$ 420 billones de reales (111,03 billones de dólares) por año sólo en Brasil, conforme datos de la Asociación Internacional de Empresas, la Out Leadership (Corrêa, 2018).

Aunque las producciones culturales volcadas a este segmento hayan aumentado en los últimos años, resulta relevante reflexionar acerca de para quién es producido ese arte y cómo alcanza al flujo turístico de São Paulo. Como uno de los productos turísticos culturales que más turistas atrae a la ciudad, la Parada del Orgullo LGBT se da anualmente entre los meses de mayo y junio, con un promedio de público de 3 millones (Gonçalves, 2017) de personas. De acuerdo con Vieira & Costa (2014), la ciudad se posiciona como uno de los más importantes centros de diversidad en el mundo, con una notable cadena de servicios para el segmento LGBT dotada de estándares internacionales. La Asociación Brasileña de Bares y Restaurantes (ABRASEL, 2017) explica que “*es un público con alto poder adquisitivo – el ticket medio crece de 15 a 20% en relación al ticket medio normal – que se concentra en algunas regiones específicas de la ciudad, especialmente en el entorno de la Avenida Paulista*”.

Tamaño oferta abre un espacio para la diversidad cultural de la ciudad como es el caso de los espectáculos teatrales que estuvieron en cartel en 2017 y 2018 en el período anterior a la Parada. El destaque mediático brindado por la Guía Gay São Paulo revela que las atracciones culturales forman parte de las diversas oportunidades de consumo para los turistas que están en busca del ocio volcado a este segmento. Los medios de comunicación pueden ser herramientas importantes para fomentar la divulgación de las prácticas del turismo cultural, principalmente en relación al teatro LGBT.

En esta perspectiva mediática, el periodismo cultural se presenta como una herramienta complementaria del turismo cultural. Piza (2003) destaca el papel del periodismo en la divulgación cultural.



*El periodismo, que forma parte de la historia de la ampliación del acceso a productos culturales desprovistos de una utilización práctica inmediata, debe saber observar este mercado sin prejuicios ideológicos, sin parcialidad política. Por otro lado, como la función periodística es seleccionar aquello que reporta (editar, jerarquizar, comentar, analizar), influir sobre los criterios de elección de los lectores y brindar elementos y argumentos de opinión, la prensa cultural tiene el deber de poseer un sentido crítico, evaluar cada obra cultural y las tendencias que el mercado valora y mirar las inducciones simbólicas y morales que recibe el ciudadano (Piza, 2003: 45).*

Aunque el periodismo cultural tenga el rol de divulgar información al público dentro de la realidad brasileña, no tiene la misma configuración que tuvo anteriormente. *“Un pequeño panorama histórico es suficiente para mostrar que las grandes publicaciones y los autores del pasado tienen hoy pocas equivalencias; sino que se ha producido una pérdida de espacio, una pérdida de consistencia y osadía, una pérdida de influencia”* (Piza, 2003: 9). Aunque los grandes medios como la Folha de São Paulo y Estadão presentaron sus suplementos de cultura, esta modalidad de periodismo también abre espacio a los medios alternativos. Las guías culturales segmentadas se convirtieron en herramientas para ayudar al turista que desea tener contacto con una programación local de un espacio cultural o de atracciones inherentes a la ciudad.

En este contexto, este formato de divulgación atiende a un nicho de mercado que no tiene mucho espacio en los grandes medios, siendo éstos una oportunidad para que los turistas puedan tener contacto con la cultura homoerótica presentada en el escenario teatral de la ciudad de São Paulo.

## **METODOLOGÍA**

Esta es una investigación exploratoria que se vale del método de procedimiento comparativo para el análisis cualitativo de los datos recolectados en la Guía Gay São Paulo, sitio especializado en la divulgación de eventos ligados al universo LGBT. Por lo tanto, fueron consultadas dos notas periodísticas, con *hiperlinks* que dirigían a los 19 espectáculos que estaban en cartel en la ciudad de São Paulo durante el período anterior a la Parada del Orgullo LGBT 2017, así como a las 22 obras de 2018 en cartel en el mismo período del mega evento. En este sentido, el método exploratorio y comparativo sirve para diagnosticar las principales aproximaciones y diferencias entre las obras teatrales del referido recorte temporal para comprender a quién se destinan específicamente esas producciones y si están en conformidad con el perfil del público del evento.

En base a los datos relevados se realizó un análisis del contenido mediático por medio de la lectura de las sinopsis de cada espectáculo, de manera de extraer información que revelara las temáticas presentadas en esas producciones (Tablas 1 y 2).

Para entender mejor el perfil del público que frecuenta el evento y que consecuentemente es potencial consumidor de los espectáculos teatrales, se adoptó el informe Perfil de Público - Parada

LGBT 2017 del Observatorio de Turismo y Eventos de la ciudad de São Paulo (OTE), que presenta como principales resultados información sobre la orientación sexual del público participante, la identidad de género, el país y la ciudad de residencia, así como datos sobre hospedajes en la ciudad de São Paulo.

Tabla 1: Espectáculos 2017

Datos del espectáculo	Temas de las obras
Obra: Bicha Oca / Dirección: Rodolfo Lima Temporada: 01/05 a 26/06/2017 Mora Mundo / Campos Elíseos	Homosexual en la tercera edad que rememora hábitos del pasado
Obra: Lembro Todo Dia de Você / Dirección: Zé Henrique de Paula Temporada: 18/05/2017 a 26/06/2017 Centro Cultural Banco do Brasil / Sé	Romance y vida de un joven gay con HIV
Obra: Sinthia/ Dirección: Kiko Marques Temporada: 03/04/2017 a 13/06/2017 Instituto Cultural Capobianco / Bela Vista	Historia del hijo que se presenta a su madre en la cena de Navidad como Sinthia
Obra: Lili Marlene / Dirección: Fause Hatén Temporada: 16/05/2017 a 28/06/2017 Teatro Eva Herz / Jardins	Niño rechazado por el padre a los 13 años, imita a su abuela, famosa estrella de Hollywood, en un cabaret.
Obra: Bruta Flor / Dirección: Marcio Rosario Temporada: 31/05/2017 a 29/06/2017 Teatro Augusta / Consolação	Conflictos homo y bisexuales entre hombres que se separan y se reencuentran años después.
Obra: Uma Vida Boa / Dirección: Diogo Liberato Temporada: 06/04/2017 a 30/06/2017 Teatro Eva Herz / Jardins	La transexualidad y el caso de un hombre nacido en un cuerpo femenino
Obra: Madame Satã / Dirección: Não divulgado Temporada: 08/06/2017 a 18/06/2017 Caixa Cultural São Paulo / Sé	Transformista nordestino, pobre, negro y homosexual que sedujo y aterrorizó a muchos en Lapa a principios del siglo pasado.
Obra: Desmesura / Dirección: Luiz Fernando Marques Temporada: 16/06/2017 a 18/06/2017 Teatro de Contêiner / Santa Ifigênia	Debate de género, transexualidad y HIV. Inspirada en la vida del dramaturgo argentino Raúl Taborda Damonte
Obra: Amar É... A Comédia / Dirección: Sergio Lelys Temporada: 12/05/2017 a 30/06/2017 Teatro Paiol Cultural / Santa Cecília	Formas variadas de amor LGBT retratadas por medio de la poesía, el humor y la dramaturgia
Obra: Dzi Croquettes / Dirección: Ciro Barcellos Temporada: 09/06/2017 a 28/07/2017 Teatro Augusta / Consolação	El espectáculo conmemora los 45 años del icónico grupo que en la década de 1970 estaba formado por hombres barbudos de tacos altos, que rompió con los tabúes en el país
Obra: Limonada / Dirección: João Hannuch Temporada: 09/06/2017 a 30/06/2017 Espaço Parlapatões / Consolação	Joven gay y exnovio. Trata sobre el respeto y SUS matices en las relaciones humanas.
Obra: O Príncipe DeSencantado / Dirección: Rodrigo Alfer Temporada: 03/06/2017 a 23/07/2017 Espaço Viga Cênico / Pinheiros	Infanto-juvenil. Cuestiona los estereotipos de príncipes y princesas, homosexualidad e identidad de género
Obra: Onde Nasce O Arco Íris / Dirección: Adriano Mota Temporada: 17/06/2017 a 18/06/2017 Instituto Itaú Cultural / Paraíso	Infantil que fala sobre a aceitação da diferença de gênero e sexualidade por meio de uma menina que nasceu boneca e um menino solitário
Obra: O Nome Dela É Waldemar / Dirección: Eduardo Moreno Temporada: 20/05/2017 a 29/07/2017 Teatro Santo Agostinho / Liberdade	Vedete recebe primo do interior que veio aprender com ela a ser homem

Obra: Meninos Também Amam / Dirección: Não informado Temporada: 17/06/2017 Espaço Cia da Revista / Campos Elíseos	Manifiesto de denuncia contra la homofobia por medio de la desnudez
Obra: Nossa História / Dirección: Pedro Fagundes Temporada: 10/06/2017 a 24/06/2017 Amadododito Fábrica de Arte/ Perdizes	Lucha contra el régimen opresor de un país que extermina homosexuales
Obra: Pobre Super-Homem - Aveso do Herói / Dirección: Jean Mendonça Temporada: 11/06/2017 a 25/06/2017 SP Escola de Teatro - Sede Roosevelt / Consolação	Historias sobre identidad de género y HIV tratadas de forma poética
Obra: As Monas Lisas / Dirección: Sebastião Apolônio Temporada: 10/06/2017 a 29/07/2017 Teatro Augusta / Consolação	Historia de tres gays que crían un chico como si fuera su hijo
Obra: Eu em Mim - Um Documentário Cênico / Dirección: Colaborativa Temporada: 21/05/2017 a 25/06/2017 Casa Amarela / Consolação	Enredo LGBT. Cuenta la historia de un niño que crece con culpa por haber nacido

Fuente: Elaborado por los autores

Tabla 2: Espectáculos 2018

Datos del espectáculo	Temas de las obras
Obra: A Banheira / Dirección: No se sabe Temporada: 17/05 a 26/07 Teatro Ruth Escobar / Bela Vista	Padre de familia lleva a su amante transexual a su casa y descubre que es pariente de su esposa
Obra: A Cigarra e a Formiga Dirección: Ricardo Leitte Temporada: 20/02 a 19/06 Teatro do Ator / Consolação	Sátira de la fábula de La Fontaine para público adulto. Retrata la rivalidad entre la Cigarra y la Hormiga y la disputa por el Mosquito
Obra: Acredite, Um Espírito Baixou Em Mim Dirección: Sandra Pêra Temporada: 04/05 a 01/07 Teatro Ruth Escobar / Bela Vista	Homosexual muerto que reencarna en un machista radical y causa confusión
Obra: Rose, A Doméstica do Brasil Dirección: Adriana Soares Temporada: 07/04 a 01/07 Teatro Itália / República	Historia de la famosa 'Doméstica de los gays'. Rose rememora su historia antes del estrellato, en medio de innumerables musicales
Obra: Elas São Lokas Dirección: Não Divulgado Temporada: 01/06 a 02/06 Teatro Paiol Cultural / Santa Cecília	Stand-up drag. Sobre la frivolidad de las mujeres enloquecidas por el consumismo
Obra: Eu Sou Ela, Ela Sou Eu? Dirección (musical): DJ Guto Rodrigues. Local: 30/05 a 31/05 Teatro Paiol Cultural / Santa Cecília	Stand-up comedy sobre sus 26 años de carrera como la drag Dimmy Kieer y la dicotomía de ser, al mismo tiempo, una drag y el maquillador Dicesar
Obra: A Princesa e a Costureira Dirección: Antonio Correia Neto Temporada: 03/06 e 01/07 Sesc / Vila Mariana	La joven Cíntia está comprometida con el príncipe del reino vecino, pero se enamora de la costurera encargada de hacer su vestido
Obra: Querido Amigo Dirección: Ivo Ueter Temporada: 16/05 a 28/06 Teatro Augusta / Consolação	Las historias de cuatro se cruzan, más allá de los sentimientos de amor y amistad
Obra: Vidros Arriados Dirección (Musical): Pietro Leal Temporada: 02/05 a 28/06 Espaço Parlapatões / Consolação	Dos hombres que trabajan en la misma empresa se involucran
Obra: O Vlogger Hipster do Grindr - O Musical Dirección: Alexandre Biondi Temporada: 31/05 a 07/06 Centro Compartilhado de Criação/ Barra Funda	Amigos hacen un reality show en YouTube para encontrar un <i>boy magia</i> (chico apuesto y sexy) para Carlos

Obra: Coisas Estranhas Acontecem Nessa Casa Dirección: Marcio Macena Temporada: 16/05 a 16/08 Teatro Jaraguá / Consolação	Historia de tres gays fallecidos que viven juntos y reciben un pedido, volver a hacer una comida para saldar deudas, pero descubren que la novia murió.
Obra: Dama da Noite Dirección: André Leahun Temporada: 19/04 a 26/07 Cabaret Cecília / Santa Cecília	Una mujer de la noche y sus angustias. Inspirado en el cuento del escritor gaúcho Caio Fernando Abreu
Obra: Eu Sei Como Você se Sente Dirección: Inês Aranha e Zé Henrique de Paula Temporada: 17/04 a 30/05 Núcleo Experimental / Barra Funda	Se abordan el temor de la homofobia, la relación entre padres e hijos, el estigma del HIV y el coraje para luchar por los derechos LGBT
Obra: Guarde para os Dias de Chuva Dirección: Júlio César Adamanto Temporada: 25/05 a 29/06 Teatro do Ator/ Consolação	Historia mal resuelta entre dos jóvenes abordando la adopción, las elecciones, la idealización, los prejuicios, el rechazo y los secretos
Obra: Somos Todos tão Jovens Dirección: Ricardo Grasson Temporada: 01/06 a 08/07 Teatro Nair Bello / Consolação	Historia de jóvenes que aborda La homosexualidad, las drogas, los sueños, los prejuicios, los embarazos no deseados y las primeras relaciones
Obra: Bruta Flor Dirección: Marcio Rosário Temporada: 23/05 a 31/05 Teatro União Cultural / Paraiso	Dos hombre pasan una noche de amor, pero se separan. Años después se encuentran y aunque uno de ellos está por ser padre, se convierten en amantes
Obra: Os Rapazes da Rua Augusta Dirección: Roberto Freitas Temporada 1: 17/05 a 28/06 Ruth Escobar / Bela Vista Temporada 2: 01/06 a 02/06 Teatro Bibi Ferreira / Bela Vista	Historia de dos chicos que circulan por las agitadas calles paulistanas y se van a vivir juntos
Obra: Sabe Quem Dançou? Dirección: Hermes Carpes Temporada: 17/05 a 31/05 Teatro do Ator / Consolação	La transformista Madonna y Passarinho, viven en un lugar donde la religión, los robos, la prostitución, la policía y los secretos se mezclan
Obra: As 3 Uíaras de SP City Dirección: Diego Moschkovich Temporada: 18/05 a 10/06 Centro Cultural São Paulo / Liberdade	Obra con actrices trans sobre la violencia enfrentada por esa población en la década de 1980 hasta hoy
Obra: Cabaret Transperipatético Dirección: Rodolfo Garcia Vázque Temporada: 04/05 a 29/07 Estação Satyros / Consolação	Con artistas trans, sobre el afecto, la opresión, la transfobia y el empoderamiento
Obra: Motel Marques Dirección: Casé Proença Temporada: 10/05 a 31/05 Top Teatro / Bela Vista	El gerente de un bar y el jefe de tránsito después de un tiroteo piden ayuda a un pescador y su hermana, mujer transexual
Obra: Pink Star Dirección: Artistas Temporada: 17/02 a 02/06 Estação Satyros / Consolação	Aborda relaciones de la pos-familia con cuestiones de género y la Teoría Queer, a partir de textos teóricos de Judith Butler y Paul B. Preciado, entre otros

Fuente: Elaborado por los autores

La orientación sexual del público indicó la participación de un 51,3% de gays, 18,9% de lesbianas, 10,5% de bisexuales y 19,3% de heterosexuales, y la identidad de género indicó un 96,8% de cisgénero, un 3,1% de travestis, un 0,3% de hombres transexuales y un 0,6% de mujeres transexuales.

En cuanto al país de origen el 99,0% era de Brasil, el 0,8% de Estados Unidos y el 0,1% de otros países. En relación a las ciudades, el 75,7% era de São Paulo, el 2,8% de Guarulhos, el 1,6% de Santos, el 1,3% de Campinas, el 1,2% de São Bernardo do Campo, el 1,0% de Rio de Janeiro, el

1,0% de Belo Horizonte, el 1,0% de Jundiaí, el 1,0% de São Caetano y el 13,4% de las demás ciudades. Se destaca que sólo el 24,3% del público del evento son turistas y entre ellos el 59,5% estaba por el día, el 13,2% se hospedó en hotel, el 5,2% en hostel/albergue, el 1,3% en hospedajes alternativos, el 14,8% en casas de amigos/parientes y el 5,7% en casas propias.

## RESULTADOS

Los espectáculos teatrales que estaban en cartel durante la programación de la Parada del Orgullo LGBT 2017 y 2018 se referían a las identidades de género representadas en la escena paulistana (Tabla 3).

Tabla 3: Comparación entre los espectáculos

19 ESPECTÁCULOS (2017)	22 ESPECTÁCULOS (2018)
11 GAY	11 GAY
2 TRANSEXUAL	4 TRANSEXUAL
0 LÉSBICO	1 LÉSBICO
3 TRAVESTI	4 TRAVESTI
3 TRANSGÉNERO	2 TRANSGÉNERO

Fuente: Elaborado por los autores

Las identidades de género abordadas en esos espectáculos revelan un escenario de producciones volcadas a un tipo de público específico, predominantemente masculino y gay, hecho que va al encuentro de la hegemonía del público del evento en detrimento de otras manifestaciones sexuales, reproduciendo prejuicios dentro del propio grupo

Tratándose el análisis de las sinopsis divulgadas en la Guía Gay, también es posible observar que la oferta de espectáculos atiende una demanda ligada al turista que consume las prácticas homoeróticas del universo gay y en menor escala del mundo transexual y del travesti. Las palabras relacionadas con la homosexualidad femenina no aparecen en la investigación, contando sólo con un espectáculo lésbico en cartel en 2018 (“A Princesa e a Costureira”), aunque el 18,9% del público del evento está conformado por lesbianas. Así, el hecho de que ellas no estén representadas en el escenario teatral del evento demuestra negligencia frente a la diversidad LGBT. Aunque exista un número relevante de lesbianas en la Parada en comparación con los travestis, los hombres y mujeres transexuales, las producciones de teatro no son representativas de esa identidad de género, sin contar que buena parte del universo de representación de la sigla LGBT, hoy utilizada en los organismos internacionales como LGBTI+, tampoco está contemplado en estas actividades.

En relación a los temas es posible observar el debate de las prácticas homoafectivas en referencia a la relación y los conflictos con los familiares, el descubrimiento de la sexualidad, los estigmas del HIV, las cuestiones de raza y clase, el casamiento, la sociedad homofóbica, el

machismo, la lucha por sus derechos, la adopción, el uso de drogas y el submundo del crimen, los temas relacionados con la vida cotidiana, el prejuicio social y la moralidad impuesta por la heteronormatividad. No obstante todos los temas se enfocan en la homosexualidad masculina y sus dilemas particulares.

Considerado uno de los mayores y más importantes eventos LGBT del mundo, la Parada del Orgullo LGBT de São Paulo aún es fuertemente doméstica, atrayendo mayoritariamente al público local y de las ciudades vecinas, quienes no pernoctan en la ciudad del evento limitando la posibilidad de ganancias (Getz & Page, 2016). Se pueden considerar dos factores esenciales para explicar esto: primero, el elevado costo del hospedaje durante el evento; y segundo la falta de motivación/attractivo de la programación que antecede al evento principal del domingo. Sin embargo Oliveira (2017) destaca el fuerte impacto positivo que tiene el evento para los medios de hospedaje de la Avenida Paulista, cuya tasa de ocupación es de 90%. Si bien más de la mitad de los turistas participan del evento por el día, generan ingresos con el consumo de alimentos, ocio y entretenimiento cultural (teatro) potenciando los aspectos positivos de la actividad que impactan en el trade turístico y proyectan una imagen positiva del destino São Paulo como espacio abierto a la diversidad.

Sobre las obras de teatro lamentablemente no existen datos de boletería que cuantifiquen a los espectadores turistas y residentes, limitando cualquier medición de impacto sobre el flujo turístico. El turista LGBT en este evento tiene la oportunidad de involucrarse en una extensa programación de actividades sociales y culturales que incluyen exposiciones, ferias, shows y fiestas temáticas. De la misma forma, es probable que una gran parte de los turistas, especialmente de ciudades vecinas, sean motivados a visitar la ciudad para disfrutar itinerarios culturales a los que no tendrían acceso en ciudades menores o no consumirían por cuestiones de moral social como es el caso de los espectáculos LGBT.

## **CONCLUSIONES**

Los eventos como la Parada del Orgullo LGBT son importantes productos turísticos para los grandes centros urbanos como São Paulo y otras tantas capitales que utilizan los eventos como un recurso de control de la estacionalidad turística, además de diversificar la demanda de turistas y actuar como acciones transformadoras de la sociedad, promoviendo la inclusión y el respeto por la diversidad sexual y de género. Más que una atracción turística, este evento representa el ascenso de una minoría dentro de una sociedad machista, donde los medios destacan la presencia y la diversidad de grupos que componen este nicho de mercado.

Es importante destacar que la ausencia de representatividad de determinados grupos incluidos en la sigla LGBT es un problema a ser enfrentado y superado, tanto social como internamente dentro de la propia organización del evento. En el caso de las lesbianas, se las desprestigia por la falta de visibilidad en la producción teatral, hecho que puede estar unido a cuestiones de mercado e incluso

de machismo debido a que más de la mitad del público del evento está compuesto por hombres gay, cuyas manifestaciones de la sexualidad en las actividades sociales y culturales del evento son dominantes. Otro factor que vale una investigación posterior es comprender el impacto del fenómeno de la visita por el día en relación al sector de hospedaje que es subutilizado restringiendo los beneficios a unos pocos empresarios.

En líneas generales, los eventos LGBT en todo el mundo han buscado una mayor inserción y visibilidad de los derechos sociales, de la cultura segmentada en lo cotidiano de las ciudades y de importantes economías de mercado como el turismo. Éste, por su parte, representa uno de los sectores que más valora la presencia de los LGBT, aunque por intereses mercadológicos, de modo que minimiza los embates ocasionados por las diferencias. Así, los espacios de convivencia y visibilidad creados y mantenidos por eventos regulares generan impactos culturales que modifican las relaciones interpersonales, abriendo nuevos horizontes a la diversidad.

En el campo de las artes se incentiva una producción cultural especializada que es ampliamente consumida por el público del evento y que trae a la luz importantes discusiones sobre los principales problemas sociales y psicológicos que enfrentan los LGBT en virtud del prejuicio y los estigmas. Esas actividades culturales propician al turista y al residente la apertura al diálogo sobre sus diferencias y sufrimientos, y contribuyen significativamente con la experiencia del viaje porque amplían la vivencia y el intercambio cultural y porque son capaces de crear un arte representativo de un grupo que busca legitimidad, libertad y aceptación social. Entonces, si bien de forma directa este evento impacta positivamente en la economía de la ciudad y mueve medios de hospedaje, bares, restaurantes, casas nocturnas, etc., de forma indirecta le brinda al turista experiencias únicas de libertad y diálogo, traspasando los guetos.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ABEOC Brasil** (2014) “II Dimensionamento econômico da indústria de eventos no Brasil – 2013”. Disponível em: <http://www.abeoc.org.br/wp-content/uploads/2014/10/II-dimensionamento-setor-eventos-abeoc-sebrae-171014.pdf>. Acesso em: 10/07/2018
- ABIH** (2017) “Parada LGBT movimentando turismo em São Paulo”. Disponível em: <http://www.abihsp.com.br/noticia/513/2017-06-28/parada-lgbt-movimentando-turismo-em-sao-paulo>. Acesso em: 10/07/2018
- ABRASEL** (2017) “Parada LGBT movimentando turismo em São Paulo”. Disponível em: <http://www.sp.abrasel.com.br/noticias/3914-20062017-parada-lgbt-movimentando-turismo-em-%20sao-paulo>. Acesso em: 10/07/2018
- ABNT** (2016) “ABNT NBR 16004 – Eventos: classificação e terminologia”. Disponível em: <http://www.abnt.org.br/noticias/4877-eventos-classificacao-e-terminologia>. Acesso em: 10/07/2018

- Arts Council** (2017) "Celebrating the LGBT community through arts and culture". Disponível em: <https://www.artscouncil.org.uk/blog/celebrating-lgbt-community-through-arts-and-culture> Acesso em: 16/11/2018
- Broeck, A. M. & Lopes, A. L.** (2015) "Turismo y sexo: Una reflexión teórica desde el homoerotismo y el espacio". *Estudios y Perspectivas en Turismo* 24(4): 787-808
- Canal Londres** (2018) "Brazil diversity festival de teatro LGBT". Disponível em: <https://www.canallondres.tv/brazil-diversity-festival-de-teatro-lgbt/> Acesso em: 16/11/2018
- Carvalho, R. C. O. & Viana, M. S.** (2014) "Somos o que consumimos: aspectos identitários e turismo contemporâneo". *Revista Turismo - Visão e Ação* 16(3): 690-709
- Cerigatto, M. P.** (2015) "O papel do jornalismo popular e a relação com a cultura popular". *Extraprensa* 9(1): 38-49
- Claval, P.** (2007) "A geografia cultural". UFSC, Florianópolis
- Corrêa, F.** (2018) "Público LGBT tem cada vez mais peso no mercado de consumo". Disponível em: <http://hojeemdia.com.br/primeiro-plano/pink-money-p%C3%BAblico-lgbt-tem-cada-vez-mais-peso-no-mercado-de-consumo-1.594486>. Acesso em: 10/07/2018
- Getz, D.** (2010) "The nature and scope of festival studies". *International Journal of Event Management Research* 5 (1): 1- 47
- Getz, D.** (2008) "Event tourism: Definition, evolution, and research". *Tourism Management* 29: 403–428. DOI:10.1016/j.tourman.2007.07.017
- Getz D. & Page S. J.** (2016) "Progress and prospects for event tourism research". *Tourism Management* 52: 593-631. DOI: <http://dx.doi.org/10.1016/j.tourman.2015.03.007>
- Gonçalves, G.** (2017) "Com 19 trios elétricos, Parada Gay reúne multidão em São Paulo". Disponível em: <https://g1.globo.com/sao-paulo/noticia/com-19-trios-eletricos-parada-gay-reune-multidao-em-sp.ghtml>. Acesso em: 10/07/2018
- Guia Gay São Paulo** (2017) "Para aplaudir! SP tem 19 peças LGBT na semana da Parada!" Disponível em: <http://guiagaysaopaulo.com.br/noticias/cultura/para-aplaudir!-sp-tem-pecas-lgbt-na-semana-da-parada!> Acesso em: 10/07/2018
- Guia Gay São Paulo** (2018) "22 peças de temática LGBT estão em cartaz na semana da Parada". Disponível em: <http://www.guiagaysaopaulo.com.br/noticias/cultura/22-pecas-de-tematica-lgbt-estao-em-cartaz-na-semana-da-parada>. Acesso em: 10/07/2018
- Iberescena** (2018) "Convocatoria abierta, hasta el 25 de mayo, para participar em el VII Festival Internacional de Teatro Rosa, Bogotá, Colômbia". Disponível em: <http://www.iberescena.org/noticias/Generales/convocatoria-abierta-hasta-el-25-de-mayo-para-853> Acesso em: 16/11/2018
- Lanzarini, R. & Trigo, L. G. G.** (2017) "Hospitality between the sheets: leisure and sexual entertainment for tourists in large urban centers in Brazil". In: Lashley, C. (org.) *The Routledge handbook of hospitality studies*. Routledge, New York, pp. 362-373
- Marujo, N.** (2014) "A cultura, o turismo e o turista: Que relação?" *Turydes* 7(16): 1-12
- Martin, P. & Levine, M. A.** (1979) "Gay ghetto". *Journal of Homosexuality* 4(4): 363-377, DOI: [10.1300/J082v04n04\\_04](https://doi.org/10.1300/J082v04n04_04)



- Martins, M.** (2018) "Buenos Aires cresce 4,2% em nicho LGBT e reforçará promoção". Disponível em: [https://www.panrotas.com.br/mercado/destinos/2018/04/buenos-aires-cresce-42-em-nicho-lgbt-e-reforçara-promocao\\_154986.html](https://www.panrotas.com.br/mercado/destinos/2018/04/buenos-aires-cresce-42-em-nicho-lgbt-e-reforçara-promocao_154986.html). Acesso em: 16/11/2018
- Martins, R. & Sérgio, P.** (2012) "Polêmicas e indagações acerca de classificações da cultura: alta, baixa, folk, massa". *Visualidades* 10(1): 129-149
- Melo, I.** (2010) "Jornalismo cultural: Pelo encontro da clareza do jornalismo com a densidade e complexidade da cultura". Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/melo-isabelle-jornalismo-cultural.pdf>. Acesso em: 10/07/2018
- Moreno, N.** (2001) "A máscara alegre: contribuições da cena gay para o teatro brasileiro". *Sala Preta* 2(1): 310-317
- Oliveira, N.** (2017) "Ministério do Turismo: Parada LGBT movimentou turismo em São Paulo". Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/%C3%BAltimas-not%C3%ADcias/7899-parada-lgbt-movimentou-turismo-em-s%C3%A3o-paulo.html>. Acesso em: 10/07/2018
- OTE** (2017) "Pesquisa de perfil de público" Disponível em: [http://www.observatoriodoturismo.com.br/pdf/PARADA\\_LGBT\\_2017.pdf](http://www.observatoriodoturismo.com.br/pdf/PARADA_LGBT_2017.pdf). Acesso em: 10/07/2018
- Paiva, R. A.** (2017) "Megaeventos: dimensões socioespaciais". In: Paiva, R. A. (org.) *Megaeventos e intervenções urbanas*. Barueri, Manole, pp. 53-86
- Piza, D.** (2003) "Jornalismo cultural: a arte está em tudo". Contexto, São Paulo
- Rosa, M. E.** (2013) "Jornalismo cultural para além do espetáculo". *Líbero* 31(16): 69-76
- Santana, A.** (2009) "Antropologia do turismo: analogias, encontros e relações". Aleph: São Paulo
- Schechner, R.** (2017) "Performance studies: an introduction". Routledge, New York
- Storey, J.** (2003) "Inventing popular culture: from folklore to globalization". Blackwell Publishing, Oxford
- Trigo, L. G. G.** (2013) "A viagem: caminho e experiência". Aleph: São Paulo
- Turner, V.** (1974) "O processo ritual estrutura e anti estrutura". Vozes, São Paulo
- Visite São Paulo** (2018a) "São Paulo atrai 15,44 milhões de turistas em 2017; Eventos são destaque". Disponível em: <http://visitesaopaulo.com/18-01-18-sao-paulo-atrai-1544-milhoes-de-turistas-em-2017-eventos-sao-destaque/>. Acesso em: 10/08/2018
- Visite São Paulo** (2018b) "Mercado de turismo e eventos tem índices positivos em São Paulo". Disponível em: <http://visitesaopaulo.com/mercado-de-turismo-e-eventos-tem-indices-positivos-em-sao-paulo/>. Acesso em: 10/07/2018
- Vieira, F. C. G. & Costas, M. L. A.** (2014) "A Parada do Orgulho LGBT no calendário de eventos da cidade e na geração de negócio para a rede hoteleira paulistana". *Turydes* 7(16): 1-12
- Zanella, L. C.** (2012) "Manual de organização de eventos: procedimentos e operacionalização". Atlas: São Paulo

Recibido el 13 de julio de 2018

Reenviado el 30 de noviembre de 2018

Aceptado el 07 de diciembre de 2018

Arbitrado anónimamente

Traducido del portugués